

SOCIAL CAPITAL DALAM BISNIS
PENGUSAHA TIONGHOA MUSLIM DI KOTA KEDIRI

DISERTASI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Doktor dalam Program Studi Ekonomi Syariah
pada Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya



Oleh
MOH. SYARIFUDIN
NIM. F53317013

PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Moh. Syarifudin
NIM : F53317013
Program : Doktor
Institusi : Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya (UINSA)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa Disertasi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 07 Juli 2020

Saya yang menyatakan,



Moh. Syarifudin

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan kunci yaitu pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri dan informan pendukung beberapa tokoh yang terlibat langsung dan mengetahui tentang pengelolaan dan strategi bisnis pengusaha Tionghoa di Kota Kediri. Wawancara mendalam kepada informan, observasi di lokasi serta dokumentasi adalah teknik penggalan data penelitian ini. Pengambilan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan *snowball sampling*. Teknik analisis data menggunakan teknik fenomenologis yang terdiri dari pengelompokan data, reduksi data, penyajian data, analisis data dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini menemukan dua hal penting, yaitu: 1. Makna *social capital* dalam bisnis pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri adalah manifestasi dari ajaran *Konfucius* tentang etika hubungan horizontal yang disebut dengan *guanxi*. *Guanxi* dimaknai sebagai pendekatan strategi dalam sosial termasuk bisnis yang *humanis, sosiologis*, bernilai kebajikan dan kebijaksanaan. Etika ini berfungsi sebagai alat pemecahan masalah dalam bisnis yang anti *parokialisme dan etnosentris*, menjaga *trust*, martabat, *reciprocal obligation* dan menjunjung tinggi solidaritas dan tolong menolong. Sebagai seorang muslim mereka juga memanifestasikan ajaran *ukhuwah* yang disebut *seduluran* atau *as}a>biah*. *As}a>biah* terkandung makna persaudaraan dengan solidaritas komunitas muslim dan sesama umat manusia. Sehingga jika digabungkan makna *social capital* dalam bisnis sebagai Tionghoa muslim disebut *ukhuwah iqtis}a>diah*. *Ukhuwah iqtis}a>diah* adalah penggabungan etika *guanxi* dan *as}a>biah* sebagai strategi bisnis dengan pendekatan sosiologis, dengan *trust* sebagai pondasinya, *network* sebagai infrastrukturnya dan *reciprocity* sebagai pola operasionalnya berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam dan filosofi *Konfusius*. 2. Distingsi *social capital* dalam bisnis pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri adalah pendekatan strategi *ukhuwah iqtis}a>diah* yang *humanis*, dan *sosiologis* berbeda dengan kapitalis yang lebih mengedepankan individualis dan pasar sebagai acuannya. Dengan pendekatan strategi bisnis *ukhuwah iqtis}a>diah* menjamin terjaganya *trust, reciprocal obligation, network* dan sejalan dengan ajaran dan nilai-nilai agama, sehingga aktifitas bisnis menjadi efektif, efisien dalam organisasi dan manajemen, *low risk, adaptif* terhadap perkembangan, *kondusif* dan terjaganya *sustainability* dalam bisnis.

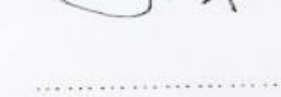
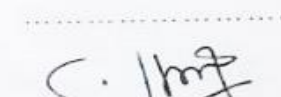
[illegible]

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Disertasi Moh. Syarifudin ini telah diuji dalam ujian tertutup (tahap pertama) pada tanggal 18 Maret 2020.

Tim Penguji:

1. Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag (Ketua Penguji)
2. Dr. H. Iskandar Ritonga, M.Ag (Sekretaris Penguji)
3. Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si. (Promotor/ Peguji)
4. Dr. Sirajul Arifin, M.E.I. (Promotor/ Peguji)
5. Prof.Dr.H.Muhammad Djakfar,,SH,M.Ag.(Penguji Utama)
6. Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM. (Penguji)
7. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM. (Penguji)



Surabaya, 2 Juli 2020
Direktur,




Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 19600412199403100

PERSETUJUAN

Disertasi Moh. Syarifudin ini telah disetujui


Pada tanggal ..07 Juli 2020

Oleh Promotor 1

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si.

Promotor 2

A handwritten signature in black ink, featuring a large, bold, diagonal stroke with a small horizontal tick mark below it.

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag, S.S., M.E.I.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dr. Moh. Syarifudin, M.EI
NIM : F53317013
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Islam
E-mail address : msyarifudin4@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Skripsi ☐ Tesis ☒ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Social Capital dalam Bisnis Pengusaha Tionghoa Muslim di Kota Kediri

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 03 Pebruari 2021

Penulis

(Dr. Moh. Syarifudin, M.EI)

وجدت هذه الدراسة أمرين مهمين ، وهما: 1. إن معنى رأس المال الاجتماعي في أعمال رجال الأعمال المسلمين الصينيين في مدينة كيديري هو مظهر من مظاهر تعاليم كونفوشيوس حول أخلاقيات العلاقات الأفقية التي تسمى جوانكسي. يتم تفسير *Guanxi* على أنه نهج استراتيجي في المجتمع بما في ذلك الأعمال الإنسانية والاجتماعية وقيم الفضيلة والحكمة. تعمل هذه الأخلاقيات كأداة لحل المشكلات في الأعمال التجارية المناهضة للضيقة والعرقية ، وتحافظ على الثقة والكرامة والالتزام المتبادل وتدعم التضامن ويرجى المساعدة. كمسلم ، فهم يتلاعبون أيضًا بتعاليم الأخوة التي تسمى *Seduluran* أو *as* <as> biah. كما يمكن أن يكون هناك معنى الأخوة مع جنود المجتمع المسلم وإخوانهم من بني البشر. لذلك ، عند دمجها معًا ، فإن معنى رأس المال الاجتماعي في العمل كمسلم صيني يسمى أخوة الاقتصاديه . أخوة الاقتصاديه هو اندماج من *guanxi* و {as} <a> أخلاقيات كإستراتيجية أعمال ذات نهج اجتماعي ، مع الثقة كأساس ، والشبكة والبنية التحتية والمعاملة بالمثل كنمط تشغيلي قائم على القيم الإسلامية والفلسفة الكونفوشيوسية. 2. إن التمييز بين رأس المال الاجتماعي في أعمال رجال الأعمال المسلمين الصينيين في كيديري هو نهج أخوة الاقتصاديه وهي إستراتيجية إنسانية ، ومختلفة اجتماعياً عن الرأسماليين الذين طرحوا الفردية والسوق كمرجع لهم. مع نهج أخوة لاستراتيجية العمل ، فهي تضمن الحفاظ على الثقة والالتزام المتبادل والشبكة وتتوافق مع التعاليم والقيم الدينية ، بحيث تكون الأنشطة التجارية فعالة وكفوة في التنظيم والإدارة وقليلة المخاطر وقابلة للتكيف إلى التنمية ، موأتية وصيانتها جيداً. الاستدامة في الأعمال التجارية.

[illegible]

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PROMOTOR	iii
PERSETUJUAN PENGUJI	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ملخص	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	16
C. Rumusan Masalah.....	18
D. Tujuan Penelitian.....	19
E. Manfaat Penelitian.....	19
F. Kajian Teoritik.....	20
G. Penelitian Terdahulu.....	37
H. Metode Penelitian.....	46
I. Sistematika Pembahasan.....	55
BAB II <i>SOCIAL CAPITAL</i> DALAM BISNIS	
A. Diskripsi <i>Social Capital</i>	57
B. Strategi Bisnis dan <i>Business Sustainability Management</i>	89
C. <i>Guanxi</i> dan dalam Strategi Bisnis Tionghoa.....	103
D. <i>Brotherhood, Uhuwah</i> dan <i>Asyariah</i> dalam Bisnis.....	113
E. Etika Bisnis dalam Islam	129
BAB III MAKNA DAN DISTINGSI <i>SOCIAL CAPITAL</i> DALAM BISNIS PENGUSAHA TIONGHOA MUSLIM DI KOTA KEDIRI	
A. Potret Ekonomi Kota Kediri.....	134
B. Profil Pengusaha Tionghoa Muslim Kota Kediri.....	157
C. Makna <i>Social Capital</i> dalam Bisnis Pengusaha Tionghoa Muslim Kota Kediri	181
D. Distingsi <i>Social Capital</i> dalam Strategi Bisnis	198
BAB IV ANALISIS <i>SOCIAL CAPITAL</i> DALAM BISNIS PENGUSAHA TIONGHOA MUSLIM DI KOTA KEDIRI	
A. Makna <i>Social Capital</i> dalam Bisnis Pengusaha Tionghoa Muslim Kota Kediri.....	213
B. Makna <i>Social Capital</i> dalam Bisnis Pengusaha Tionghoa Muslim Kota Kediri.....	248

Konfusius sebagai agama dan kepercayaan mayoritas warga Tionghoa merupakan ajaran yang menjadi filosofi utama dalam perilaku dan tindakan bisnis. Salah satu ajaran utama yang menjadi acuan dalam bisnis adalah *guanxi*.¹⁰. *Guanxi* adalah jejaring kepercayaan dalam aktivitas bisnis yang merupakan salah satu fenomena yang sering

¹⁰ Y.H. Wong, Thomas K.P. Leung, *Guanxi: Relationship Marketing in Chinese Contexts* (New York: Routledge, 2012), 2.

Guanxi yang dipraktekkan oleh masyarakat Tionghoa adalah berdasarkan situasi spesifiknya masing-masing. Contohnya, *guanxi* dalam situasi saudara-ke-saudara berbeda dengan *guanxi* yang ada dalam situasi bisnis-ke-bisnis. Mereka menggolongkan *guanxi* ke dalam tiga kategori utama, yaitu *Guanxiologi* dari kaisar dan subyeknya, *Guanxiologi* dari pemerintah dan rakyat, dan *Guanxiologi* dari bisnis dan bisnis, yaitu tentang mengidentifikasi permasalahan-permasalahan *guanxi* yang rumit di dalam lingkungan bisnis-ke-bisnis.¹²

¹¹ Sujoko Efferin, *Pemanfaatan Guangxi dalam Bisnis UKM di Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 112-127.

¹² C.F. Man and C.Y. Cheng, *The Chinese Guanxology* (Hongkong :Institute of Asia Pacivifik Studies, Chinese Univercity of Hongkong (in Chinese, 1996), 15.

¹³ Warren J. Keegan, *Global Marketing Management* (New York: Lubin School of Business, 2012), 101

¹³ Warren J. Keegan, *Global Marketing Management* (New York: Lubin School of Business, 2012), 101

Negoisasi yang dilakukan oleh pengusaha Tionghoa dalam bisnis dengan pendekatan strategi *guanxi* adalah salah satu hasil manifestasi dari ajaran *Konfusiunisme* yang telah menjadi budaya dan filosofi. Pandangan *essentialist-culturalism* menganggap bahwa nilai-nilai budaya *Konfusianisme* merupakan pendorong utama bagi pelaku bisnis Tionghoa dalam menetapkan tujuan bisnis dan memilih metode bisnisnya, termasuk dalam hal pembentukan jejaring bisnis (*guanxi*). Dalam pandangan ini, solidaritas berdasarkan etnis telah ada secara alamiah dan merupakan perekat jejaring tersebut. Namun, pandangan lainnya mengatakan bahwa nilai-nilai *Konfusianisme*, walaupun dapat mempengaruhi pembentukan jejaring bisnis, hanyalah salah satu faktor dari sejumlah faktor yang sama pentingnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam etika bisnis Tionghoa dan jejaring bisnis selain ajaran *Konfusiunisme* adalah sejarah, sosial, demografi, politik, ekonomi dan hukum yang ada di sebuah negara juga berpengaruh dengan cara memberikan *insentif/disinsentif* bagi pembentukan jejaring serta turut mewarnai bagaimana bentuknya. Namun demikian faktor jaringan adalah hal yang sangat berpengaruh terhadap strategi bisnis mereka.¹⁵

¹⁵V. Wee, "A Cultural Economy of Ethnicity and Capital in the Regionalisation of China and Southeast Asia," in De-Essentialising "Chinese Capitalism" in Southeast Asia", NIASnytt, (December 2004) (3): 5-7.

Ibnu Khaldun membagi istilah *as}a>biah* menjadi dua macam pengertian. “*Pertama*, Pengertian *as}a>biah* bermakna positif dengan menunjuk pada konsep persaudaraan (*brotherhood*).¹⁷ Dalam sejarah peradaban Islam konsep ini membentuk solidaritas sosial masyarakat Islam untuk saling bekerjasama, mengesampingkan kepentingan pribadi (*self-interest*), dan memenuhi kewajiban kepada sesama. Semangat ini kemudian mendorong terciptanya keselarasan sosial dan menjadi kekuatan yang sangat dahsyat dalam menopang kebangkitan dan kemajuan peradaban. *Kedua*, Pengertian *as}a>biah* bermakna negatif, yaitu menimbulkan kesetiaan dan fanatisme membuta yang tidak didasarkan pada aspek kebenaran. Konteks pengertian yang kedua inilah yang tidak dikehendaki dalam Islam. Karena akan mengaburkan nilai-nilai kebenaran yang diusung dalam prinsip-prinsip agama”.¹⁸

¹⁸John L. Esposito (ed), *Ensiklopedi Dunia*, 198

Secara garis besar, terdapat tiga perspektif yang menonjol dari pemikiran Ibn Khaldun yang berkaitan dengan kondisi sosial politik masyarakat kala itu. “*Pertama*, persepektif psikologis yang merupakan dasar sentimen dan ide membangun hubungan sosial di antara berbagai

²¹Syarifuddin Juri, *Sosiologi Nusantara: Memahami Sosiologi Integralistik* (Yogyakarta: Kencana, 2013), 225.

Perspektif Ibnu Khaldun terkait psikologis, politik dan ekonomi adalah muara dari amaliah ajaran *ukhuwah* dalam ajaran Islam. Islam mengajarkan umatnya untuk membengun *network*, *trust* dan solidaritas untuk mewujudkan kemamuran dan kesejahteraan bersama. Namun kenyataan di lapangan berbeda terbalik, orang Islam selalu diidentikkan dengan kemalasan, pesimistis dan kurang memiliki semangat solidaritas dalam masyarakatnya. Tokoh ekonomi syariah Syafii Antonio adalah sebagai seorang muslim pernah merasakan betapa Tionghoa muslim diidentikkan dengan pandangan *negatif* kesukuan dan diperlakukan diskriminatif oleh lingkungan masyarakatnya.²³

²²Hakimul Ikhwan Affandi, *Akar Konflik Sepanjang Zaman: Elaborasi Pemikiran Ibnu Khaldun* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 80.

²³Hew Wai Weng, *Berislam Ala Tionghoa: Pergulatan Etnisitas dan Religiusitas di Indonesia* (Bandung: Mizan Pustaka, 2019), 175.

Fenomena tersebut diatas menjadikan peneliti tergerak untuk menemukan jawaban apakah para pelaku bisnis Tioghoa muslim telah menjalankan praktik konsep *guanxi* yang mereka serap dari filosofi *Konfusius* dan atau *as}a>biah* dalam konsep Ibnu Khaldun sebagai perwujudan *ukhuwah* dalam Islam. Solidaritas, kekompakan dan saling memberdayakan dalam ekonomi adalah salah satu misi ajaran Islam melalui kewajiban, zakat, infaq, sadakah dan wakaf. Strategi bisnis yang mengedepankan harmonisasi pada masyarakat, saling menguntungkan sehingga terjalin ikatan saling bertanggungjawab adalah salah satu dari ciri *social capital* dalam bisnis yang diadopsi dari agama.²⁴

Agama memberikan saham yang besar terhadap perilaku dan corak suatu kelembagaan. Demikian pula “situasi sosial ekonomi akan menampakkan pengaruhnya kepada cara seseorang memahami dan mengerti ajaran agama dan keyakinannya, oleh karena itu ada

[illegible]

Pelaku bisnis Tionghoa muslim di Kota Kediri dalam perilaku bisnisnya sangat dipengaruhi oleh pemahaman mereka terhadap ajaran Islam yang mereka peluk. Disisi lain filosofi *Konfusius* dan keyakinan dari nenek moyang mereka masih ikut mewarnai. Salah satu wujud filosofi *Konfusius* yang sangat mewarnai dalam perilaku bisnis Tionghoa termasuk yang beragama Islam adalah *guanxi*.²⁶ *Guanxi* dimaknai *relationship, networking* dan *reciprocity* yang merupakan inti dari *social capital* sebagaimana yang didefinisikan para ahli sosiologi ekonomi.

Social capital dalam bisnis memiliki peran penting yaitu sebagai “sumber informasi, gagasan, kesempatan bisnis, modal keuangan, *power*, dukungan emosional, *goodwill*, kepercayaan dan kerjasama yang disediakan oleh individu dan jaringan kerja bisnis”.²⁷ *Social capital* “merupakan suatu kesediaan melakukan hubungan aktif antara seseorang meliputi: kepercayaan, kerjasama yang saling menguntungkan, berbagi nilai dan perilaku yang mengikat setiap anggota jaringan dan kemasyarakatan juga kemungkinan membuat

²⁶ Luo Yadong, "Guanxi: Principles, Philosophies, and Implications", *Human System Management*, Vol. 16, No. 1, (1997). 12.

²⁷ W. Baker, *Achieving Success Through Social Capital: Tapping the Hidden Resources in Your Personal and Business Networks* (San Francisco: Jossey-Bass, 2000), 167.

Social capital di lapangan bisa dibagi menjadi tiga level, yaitu mikro, meso dan makro. Pada tingkat *social capital* mikro, *social capital* berkaitan dengan nilai-nilai, kepercayaan, *attitude*, perilaku dari norma-norma,”³² “tingkat meso level ini melibatkan sifat alami dari *team work* apakah homogen atau heterogen dan jangka waktu *team work*. Secara keseluruhan *social capital* meso level berhubungan dengan pengembangan dan pertumbuhan organisasi lokal atau dalam organisasi itu sendiri. Sedang pada makro level, *social capital* dihadapkan pada efektifitas pemerintah, akuntabilitas, dan kemampuan untuk menyelenggarakan penegakan hukum secara adil, pertumbuhan ekonomi dalam kaitan untuk memungkinkan pengembangan atau

³² Mesut Akdere, "Social Capital Theory and Implications for Human Resource Development", *Singapore Management Review*, Volume 27 (2005), 2.

Pendekatan strategi bisnis Tionghoa muslim di Kota Kediri memiliki perbedaan atau *distinction* tersendiri, bukan hanya dengan Kapitalis tapi juga dengan Tionghoa pada umumnya. Distingsi strategi bisnis adalah terkait erat dengan masalah hubungan dominasi, kebanggaan dan perbedaan-perbedaan tajam yang ada dalam masyarakat. Sedangkan masyarakat adalah sebuah ruang (spesial) yang berisi perbedaan-perbedaan dan di dalamnya berbagai hubungan dominasi tersembunyi.⁴³ Pada semua masyarakat ada hal/kelompok yang mendominasi dan didominasi dan perbedaan itu pada dasarnya adalah prinsip dasar organisasi sosial.⁴⁴

⁴⁴ Ibid.

Penghuni posisi dalam lingkungan menggunakan berbagai strategi, yang mengacu pada perkembangan aktif garis tindakan yang diarahkan secara objektif yang menaati aturan dan membentuk pola yang koheren dan secara sosial dapat dipahami, meskipun tak mengikuti aturan yang ditetapkan secara sadar atau tertuju pada tujuan yang diterapkan sebelumnya oleh seorang penyusun strategi.⁴⁶ Melalui strategi itulah “penghuni posisi itu berupaya secara individual atau kolektif melindungi atau meningkatkan posisi mereka dan berupaya memaksakan prinsip perjenjangan yang paling menguntungkan terhadap produk mereka sendiri. Strategi agen tergantung pada posisi mereka dalam lingkungan”.⁴⁷ Selain itu, habitus juga dapat diartikan sebagai nilai yang meresap ke dalam pikiran, perasaan, dan estetika seseorang, sehingga mempengaruhi dan menentukan nilai selera seseorang. Habitus merupakan nilai-nilai yang dibatinkan melalui

⁴⁷ Ibid.

Distingsi dari strategi bisnis yang dilakukan oleh pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri adalah hasil dari sebuah pemahaman ajaran *Konfucius (guanxi)* yang telah menjadi menjadi filosofi, budaya dan identitas mereka. Sebagai pengusaha muslim mereka ikut diwarnai oleh serapan ajaran agama dalam bisnis yang berintikan *ukhuwah (as}a>biah)*. Penggabungan ini adalah distingsi yang tidak ada pada praktik bisnis pengusaha lainnya.

Penelitian ini fokus pada pembuktian secara empirik bagaimana pemaknaan *social capital* dan distingsinya pada strategi bisnis pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri. Untuk menjawabnya beberapa permasalahan terkait hal tersebut diatas peneliti menggunakan dua konsep *social capital*, yaitu *guanxi* yang merupakan filosofi *Konfusius* dan konsep Ibnu Khaldun dengan konsep *as}a>biah* sebagai manifestasi dari *ukhuwah* yang digali dari ayat-ayat al-Qur'an dan Hadith. Konsep *As}a>biah*, dan *guanxi* ini digunakan dengan melihat fenomena yang terjadi dilapangan bahwa pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri memperlihatkan gejala-gejala penggunaan konsep tersebut untuk menjadikan bisnis yang mereka jalankan efektif, efisien dan *sustainable*.

[illegible]

- Khalidun walau memiliki latar belakang dan penekanan berbeda. Keduanya memanfaatkan loyalitas dari struktur masyarakat yang terorganisir dalam kesukuan, kekeluargaan, agama dan tujuan lain untuk mewujudkan kepentingan dan keuntungan bersama, hal ini adalah potensi *social capital* dalam bisnis. praktik bisnis yang dilakukan pengusaha Tionghoa muslim Kediri ini telah menggambarkan pemaknaan dari *social*

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- ### E. Manfaat Penelitian

Penelitian disertasi ini nantinya diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

Pertama, memberikan pemahaman yang detail tentang pemaknaan *social capital* sebagai strategi bisnis bagi pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri. *Social capital* bagi pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri adalah manifestasi dari salah satu filosofi *Konfusius* yang mereka sebut *guanxi*. Sebagai seorang muslim mereka dalam bisnis juga mengejawantahkan konsep *ukhuwah* atau *asjhabiah* sebagai kekuatan jaringan dalam struktur dan organisasi sosial yang dilandasi oleh nilai-nilai budaya, agama, adat dan nilai-nilai lain yang dijadikan konvensi bersama dalam komunitas masyarakat adalah potensi modal sosial yang sangat besar. Potensi jaringan, kepercayaan dan hubungan timbal balik dalam solidaritas adalah bukti penggunaan strategi bisnis

F. Kajian Teoritik

1. Bisnis dalam Perspektif Sosiologi Ekonomi

Untuk mengantarkan kepada makna *social capital* dalam bisnis perlu berangkat dari konsep tentang sosiologi ekonomi. Sosiologi Ekonomi dapat didefinisikan dengan dua cara. “*Pertama*, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang didalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Dalam hubungan tersebut dapat dilihat bagaimana masyarakat memperngaruhi ekonomi, sebaliknya, bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat”.⁴⁹ Sosiologi ekonomi mengkaji masyarakat, yang di dalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial, dalam hubungannya dengan ekonomi.

Kedua, “Sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai pendekatan sosiologi yang diterapkan pada fenomena ekonomi. Dalam hal ini terdapat dua hal yang perlu dijelaskan, yaitu pendekatan sosiologis adalah konsep-konsep, variable-variabel, teori-teori dan metode yang digunakan dalam sosiologi untuk memahami kenyataan sosial, termasuk didalamnya kompleksitas yang berkaitan dengan ekonomi seperti produksi, konsumsi, dan distribusi dan lainya”⁵⁰ Selanjutnya yang dimaksud dengan fenomena ekonomi adalah gejala dari cara bagaimana orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa dan barang. Cara yang dimaksud disini adalah semua aktifitas orang dan masyarakat yang berhubungan dengan

⁴⁹ J. Narwoko dan Bagong Suyanto, *Sosiologi Teks: Pengantar dan Terapan* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 287.

⁵⁰ Damsar dan Indrayan, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Prenadan Media Group, 2009), 14.

Persoalan perilaku ekonomi telah lama menjadi perhatian banyak ahli, baik dari kalangan ekonom maupun ilmuwan sosial. “Pertanyaan-pertanyaan mendasar yang diajukan antara lain: *Motif* apa sajakah yang mendorong perilaku ekonomi?; apakah perilaku ekonomi semata-mata didorong oleh motif ekonomi, atau ada motif-motif lain yang mendasari perilaku ekonomi seorang aktor?; perilaku ekonomi yang seperti apa yang disebut rasional?. Jawaban para ahli terhadap persoalan-persoalan tersebut bervariasi dan sangat dipengaruhi oleh sudut pandang mengenai posisi aktor dalam masyarakat”.⁵¹

⁵¹ Haryanto Sindung, *Spektrum Teori Sosial* (Jogjjakarta: Ar-Ru Media, 2012), 29.
⁵² Sukidin, *Sosiologi Ekonomi* (Yogyakarta: Laksbank Pressindo, 2008), 89.

Dalam memformulasi dimensi-dimensi *guanxi* yang telah diidentifikasi sebelumnya untuk memposisikan diri mereka sebagai pelaku bisnis yang bijak. Diperlukan pelatihan kultural tentang dimensi-dimensi *guanxi* perlu diberikan kepada para negosiator asing supaya mereka memahami bagaimana caranya: berinteraksi dengan partner Tionghoa mereka, menciptakan dinamika, mencari kesempatan bisnis; dan melindungi diri mereka sendiri di lingkungan budaya yang tidak familiar, penting bagi para negosiator asing untuk memiliki pemahaman ini untuk bisa menghindari penerapan kriteria referensi mereka sendiri.⁶⁶ terhadap partner Tionghoa mereka. Pemahaman ini juga membantu mengurangi *parokialisme* dan *etnosentrisme*⁶⁷ di lingkungan negosiasi Tionghoa-asing. Pedoman perusahaan yang jelas harus diberikan supaya isu “bantuan” dapat ditangani dengan benar dalam konteks Tionghoa.

⁶⁶Warren J. Keegan, *Global MarketingManagement* (New York: Lubin School of Business, 2012), 90

⁶⁷ Nancy J. Alder, *Dimensi-dimensi Internasional dari Perilaku Organisasional* (Boston, PSW-Kent MA, 1991), 153

Kajian berikutnya dilakukan oleh Derya Çevik Taşdemir dkk. bahwa: mereka mengkomodifikasi pendapat dari Bourdieu yang mendefinisikan modal dalam tiga dimensi; modal budaya, modal ekonomi, dan modal sosial. Dalam modal sosial jaringan dan hubungan timbal balik adalah elemen modal yang *sustainable*, modal sosial dapat dilihat sebagai faktor fundamental yang memungkinkan individu untuk memobilisasi modal ekonomi dan budaya. Berikutnya Coleman menyatakan bahwa, tidak seperti modal fisik dan modal manusia, modal sosial mencakup sistem hubungan antar aktor, yang mengungkap perbedaan antara modal fisik, modal sosial dan modal

⁸¹Augusty Ferdinand, *“Modal Sosial Dan Keunggulan Bersaing: Wajah Sosial Strategi Pemasaran* (Semarang: FE Undip, 2005), 33

A.B. Susanto dan Patricia Susanto, *The Dragon Network* menawarkan pandangan yang langka tentang bagaimana bisnis keluarga Cina telah beroperasi begitu efektif untuk waktu yang lama dan mengungkapkan apa yang diperlukan bagi mereka untuk terus melakukannya agar terus bergerak maju. Bisnis keluarga Cina adalah kekuatan pendorong di belakang kemakmuran ekonomi Asia. Ketika dunia menjadi lebih global mereka harus beradaptasi dengan lingkungan baru. Filosofi kehidupan mereka, perjalanan bisnis mereka, dan keluarga mereka dalam bisnis. Mayoritas bisnis Cina, baik di daratan maupun di luar negeri, adalah milik keluarga. Hal ini sebagian disebabkan oleh kepercayaan budaya yang kuat pada keluarga dan pentingnya dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis. Karena menjadi *inovatif, fleksibel, berjejaring, wirausaha, dan efisien*, bisnis keluarga Cina terus makmur selama bertahun-tahun dan ini mendorong minat yang besar pada bagaimana mereka sebenarnya berfungsi.⁸⁴

Sebagai sosok yang banyak membahas terkait dengan etnisitas Tionghoa adalah Leo Suryadinata. Etnik Tionghoa di Indonesia merupakan kelompok minoritas. Pada tahun 1930, etnik ini hanya

⁸³ Amer Helail Aljohani, F. Wulei, “Building of Social Capital among Workers in Project Teams and Its Effect on Knowledge Sharing: a Saudi Arabia’s Cultural Context”, *International Journal of Innovation and Economic Development* Volume 2, Issue 2 (June, 2016), 33-40 .

⁸⁴ AB. Susanto and Patricia Susanto, *The Dragon Network: Inside Stories of the Most Successful Chinese Family Businesses* (Singapore, Bloomberg Press, 2013), 11

Thomas Liem Tjoe, Yang membedakan perilaku bisnis Tionghoa dengan yang lain adalah yang mereka sebut sebagai kata-kata bijak dalam 16 prinsip-prinsip Tao Chu Kung⁸⁸, yaitu:

⁸⁷ Leman, *The Best of Cheneselife Philosophies* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 57

⁸⁸ Thomas Liem Tjoe, *Rahasia Sukses Bisnis Etnis Tionghoa di Indonesia* (Jogjakarta: MedPres, 2007), 109

⁸⁹ Ibid.

⁸⁹ Ibid.

Sedangkan penelitian yang spesifik membahas aplikasi *Social capital* yang merupakan pemaknaan dari ajaran dan filosofi *Konfusius* yang berintikan jaringan dalam sosial dan bisnis yang disebut *guanxi* antara lain: Bjorkman dan S. Kock, dalam penelitiannya menemukan bahwa: Bisnis berbasis Jaringan sosial telah memberikan pengaruh terhadap strategi bisnis perusahaan Barat di Cina.¹⁰⁰ H.K.Y Fock dan K.S Woo, Strategi bisnis dengan pendekatan jaringan *guanxi* adalah ciri khas Pasar Cina.¹⁰¹ J A Brunner, C Sun Chen, dan N Zhou, Pelaku bisnis Tionghoa yang menguasai Palung Pasifik diikat oleh jaringan *guanxi* dalam negoisasi bisnisna.¹⁰²

¹⁰² J.A Brunner, C Sun Chen, dan N Zhou, "Peranan *guanxi* dalam Negosiasi di Palung Pasifik", *Jurnal Marketing Global*, Vol. 3 No. 2, (1998), 7-23

Nyoto, Ajaran dan budaya *Konfusius* yang bertntikan: *Ren* (Kemanusiaan) *Guanxi* (Hubungan) *Li* (Kesusilaan/ Kesopanan) *Yong* (Keberanian) *Zhi* (Kebijaksanaan) *Xin* (Dapat Dipercaya) dan *Zhong* (Kesetiaan) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja

106 T.K.P. Leung, Y.H. Wong, Terjemah: Ongky Setio Kuncono, *Etika dan Penempatan Guanxi di Cina*, Associate Professor, Departemen Studi Bisnis Hong Kong Polytechnic University, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong, Published on Wednesday, 05 September 2012 dalam <https://www.spocjournal.com/ekonomi/manajemen/90-etika-dan-penempatan-guanxi-di-cina.html>, (19 April 2019), 9

Penelitian ini berusaha menggali data dan menganalisis bagaimana pengusaha Tionghoa muslim Kota Kediri memaknai *social capital* dan bagaimana distingsinya dalam bisnis yang mereka jalankan. Penelitian ini berusaha menganalisa bagaimana Pengusaha Tionghoa muslim yang berfilosofi *Konfusius (guanxi)* namun berjiwa *ukhuwah (as}a>biah)*. Penggabungan *guanxi* dan *as}a>biah* ini diharapkan bisa menghasilkan temuankonsep baru dalam penggunaan potensi *social capital* dalam bisnis yang *distingtif* sehingga *efektitif, efisien* dan *sustainable*.

Tabel 1.1.

Penelitian tentang *soial capital* terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Inti Temuan	Perbedaan
1	Gittel, Ross dan J. Phillip Thompson	<i>Making Social Capital Work: Social Capital and Community Economic Development</i>	<i>bridging social capital</i> dan <i>linking social capital</i> , yang tercermin dari kerjasama yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.	Penelitian tersebut fokus pada menciptakan pengembangan komunitas bisnis melalui <i>social capital</i> sedangkan penelitian ini menggunakan <i>social capital</i> sebagai strategi dalam bisnis.
2	Rusydi Syahra	<i>Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi</i>	Modal sosial termasuk kemauan baik, rasa bersahabat, saling simpati, serta hubungan sosial dan kerjasama yang erat antara individu dan keluarga yang membentuk suatu kelompok sosial	Penelitian tersebut fokus pada aplikasi konsep <i>social capital</i> dalam bisnis, sedangkan penelitian ini spesifik pada penggunaan pada strategi bisnis.
3	Rusy dan Fathy	<i>Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat</i>	bahwa konsep modal sosial berfungsi sebagai kerangka berpikir yang bermanfaat dalam keberhasilan pembangunan dan perumusan kebijakan	Penelitian tersebut fokus pada konsep inklusifitas dan pemberdayaan masyarakat melalui modal sosial, sedangkan penelitian ini pada strategi bisnisnya.
4	Raden Ahmad Romadhoni Surya Putra, Bambang Ariyadi, Novita Kurniawati.	<i>Pengaruh Modal Sosial Terhadap Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Peternak: Studi Kasus Pada Kelompok Peternak Ayam Kampung Ngudi Mulyo, Gunungkidul</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh nyata terhadap tingkat kesejahteraan peternak melalui konsep kebijakan yang partisipatoris dalam	Penelitian tersebut fokus terhadap maifestasi konsep kebijakan dan kesejahteraan, sedangkan penelitian ini pada pemanfaatan <i>social capital</i> dalam

	dan Fransiskus Trisakti Haryadi		pembangunan peternakan	pendekatan bisnis.
5	Agus Suryono	<i>Peranan Dan Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Pengembangan Klaster: Studi Pada Klaster Cor Logam Ceper-Klaten Jawa Tengah</i>	tinggi rendahnya ketersediaan atau peranan modal sosial di dalam klaster disebabkan oleh beberapa faktor baik faktor indogen yaitu budaya, agama maupun faktor exogen seperti halnya kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah dan tingkat persaingan industri melalui pasar yang semakin terbuka di dunia.	Penelitian tersebut lebih fokus pada factor-faktor yang mempengaruhi terhadap tinggi rendahnya peran <i>social capital</i> pada pengembangan kluster, sedangkan penelitian ini lebih mengarah pada pemanfaatan <i>social capital</i> dalam strategi bisnis menuju <i>sustainability</i>
6.	Tri Pranadji	<i>Penguatan Modal Sosial Untuk Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Dalam Pengelolaan Agroekosistem Lahan Kering,</i>	Penguatan tata nilai kemajuan merupakan inti dari penguatan modal sosial, dan akan efektif jika dimulai dari penguatan kepemimpinan masyarakat setempat, manajemen sosial, dan keorganisaian masyarakat	Penelitian tersebut fokus pada manajemen sosial pada perusahaan untuk penguatan kepemimpinan masyarakat, sedangkan penelitian ini pada penggunaan strategi bisnis melalui modal sosial.
7	Fata Perdana	<i>Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Peningkatan Kualitas Pengelolaan Ekowisata Di Kabupaten Wakatobi</i>	Modal sosial dimanfaatkan ketiga kelompok dalam meningkatkan kualitas pengelolaan ekowisata di masing-masing kawasan.	Penelitian tersebut mengarah pada pemanfaatan <i>social capital</i> untuk peningkatan kualitas SDM dalam pengelolaan bisnis wisata sedangkan pada penelitian ini mengarah pada bagaimana <i>social capital</i> bisa menjadi strategi bisnis yang <i>sustainable</i>
8	Bjorkman dan S. Kock	<i>Jaringan Hubungan Bisnis dan Sosial: Kasus Perusahaan-perusahaan Barat di Cina</i>	Bisnis berbasis Jaringan sosial telah memberikan pengaruh terhadap strategi bisnis perusahaan Barat di Cina.	Penelitian tersebut fokus pola marketing pada jaringan hubungan bisnis dan sosial. Sedangkan penelitian ini pada peran <i>social capital</i> pada bisnis.
9	H.K.Y Fock dan K.S Woo	<i>Pasar Cina: implikasi strategi guanxi", Kajian Strategi Bisnis</i>	Strategi bisnis dengan pendekatan jaringan <i>guanxi</i> adalah ciri khas Pasar Cina.	Penelitian tersebut fokus pada implikasi <i>guanxi</i> sebagai strategi bisnis, sedangkan penelitian ini menggabungkan <i>guanxi</i> dan <i>as</i> dalam bisnis.
10	A Brunner, J.Chen, C Sun dan N Zhou	<i>Peranan guanxi dalam Negosiasi di Palung Pasifik</i>	Pelaku bisnis Tionghoa ang menguasai Palung Pasifik diikat oleh jaringan <i>guanxi</i> dalam negosiasi bisnisna.	Penelitian tersebut fokus peran <i>guanxi</i> dalam negosiasi marketing di Palung Pasifik, sedangkan penelitian ini pada <i>social capital</i> dalam bisnis Tionghoa muslim.
11	Retno Andriati	<i>Kebijakan dan Jaringan Bisnis Cina dari Jaman ke Jaman di Indonesia</i>	proses pendirian dan penguatan perdagangan dan jaringan bisnis telah dilakukan oleh orang Cina. Kancan perpolitikan dari	Penelitian tersebut bersifat kajian literature sedangkan penelitian ini lebih pada pemanfaatan jaringan

			satu jaman ke jaman yang lain telah mendukung berdirinya dan penguatan jaringan distribusi kebutuhan hidup.	yang merupakan bagian dari <i>social capital</i> dalam pengelolaan bisnis.
12	E.A Buttery dan T.K.P Leung	<i>Perbedaan antara Negosiasi Barat dan Negosiasi Cina</i>	Etika <i>guanxi</i> dalam marketing adalah hal yang membedakan negosiasi barat dan Cina.	Penelitian tersebut fokus pada perbedaan negosiasi marketing barat dan Cina sedangkan penelitian ini pada <i>social capital</i> dalam bisnis Tionghoa muslim.
13	H.W.C. Yeung	<i>Internationalisation of Ethnic Chinese Business Firms from Souteast Asia</i>	Perusahaan Etnis Tionghoa telah menguasai bisnis di Asia Tenggara.	Penelitian ini fokus pada stregti bisnis peusahaan Etnis Tionghoa di Asia Tenggara, sedangkan penelitian ini spesifik pada peran <i>social capital</i> pada bisnis Tionghoa muslim di Kota Kediri
14	T.K.P. Leung dan Y.H. Wong	<i>Terjemah: Ongky Setio Kuncono, Etika dan Penempatan Guanxi di Cina, Associate Professor, Departemen Studi Bisnis Hong Kong Polytechnic University, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong</i>	Penempatan <i>guanxi</i> yang berbeda dapat menghasilkan perbedaan dalam interaksi bisnis antara para negosiator asing dan partner Tionghoa mereka. Penelitian ini juga mengungkapkan praktek <i>guanxi</i> di Tionghoa pada pokoknya etis. Tetapi standar etikanya bermacam-macam tergantung pada kerangka hukum tiap-tiap lokasinya	Penelitian tersebut dengan subyek penelitian yang luas pada penggunaan <i>guanxi</i> di Hongkong dan China dengan fokus pada sisi strategi pemasaran sedangkan penelitian ini fokus pada <i>guanxi</i> sebagai salah satu strategi bisnis jejaring Tionghoa muslim Kota Kediri.
15	Nyoto.	<i>Kajian Budaya Konfusianisme Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT Bengkalis Kuda Laut, PT Triperkasa Tunggal Abadi, dan PT Persada Subur Makmur Di Pekanbaru). Disertasi Program Doktor Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas Pasundan: Bandung</i>	Ajaran dan budaya <i>Konfuisius</i> yang bertntikan: <i>Ren</i> (Kemanusiaan) <i>Guanxi</i> (Hubungan) <i>Li</i> (Kesuksesan/ Kesopanan) <i>Yong</i> (Keberanian) <i>Zhi</i> (Kebijaksanaan) <i>Xin</i> (Dapat Dipercaya) dan <i>Zhong</i> (Kesetiaan) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan.	Penelitian tersebut pada pengaruh budaya <i>Konfusius</i> terhadap karyawan secara umum sedangkan penelitian ini fokus pada <i>guanxi</i> yang dimaknai sebagai jaringan bisnis pada pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri.
16	Sorta Riana Pakpahan	<i>Etika Bisnis Konfusian dan Kesuksesan Pengelolaan Perusahaan Etnis Cina di Indonesia (Studi Kasus Perusahaan Kecap Bango), Jakarta</i>	Etika <i>Konfusius</i> yang teraktualisasikan dalam kineja <i>Konfusian</i> memiliki kontribusi ang signifikan terhadap kesuksesan perusahaan.	Penelitian tersebut fokus pada pengaruh Etika <i>Konfusian</i> dalam kesuksesan bisnis. Pada penelitian ini subekna adalah Pelaku bisnis yang berfilosofi <i>Konfusius</i> sekaligus muslim
17	Ongky Setio Kuncono	<i>Pengaruh Etika Confucius Terhadap Kewirausahaan, Kemampuan Usaha dan Kinerja Usaha Pedagang Eceran Etnis Tionghoa di Surabaya</i>	Etika <i>Konfucius</i> memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pedagang eceran Etnis Tionghoa.	Penelitian tersebut Fokus pada pengaruh Etika <i>Konfusius</i> terhadap kinerja pedagang sedangkan Penelitian ini pada perannya strategi bisnisnya.
18	Sainal Arifin, Danny dan Agustinus Sufianto	<i>Analisis Pengaruh Guanxi Terhadap Perdagangan Orang Tionghoa di Pusat</i>	<i>Guanxi</i> memiliki pengaruh sigifikan terhadap perdagangan orang Tionghoa di Pusat Grosir	Penelitian tersebut fokus pada pengaruh <i>guanxi</i> terhadap keberhasilan bisnis.

Penggunaan metode didasari oleh beberapa alasan, *pertama*, sumber data dan data dalam penelitian ini berlatar belakang alami (natural) atau pada konteks dari suatu keutuhan. Artinya apa yang diteliti ialah fenomena yang alami atau apa adanya dengan mempertimbangkan dengan konteks di mana fenomena tersebut mewujud. Fenomena strategi *social capital* dalam strategi bisnis yang dikaji adalah suatu yang berada dalam konteks natural dengan pengkajian secara utuh, menyeluruh. *Kedua*, penelitian ini lebih memperhatikan proses dan makna daripada orientasi hasil dari suatu aktifitas. Untuk itu berperan serta dalam proses kegiatan-kegiatan strategi bisnis dengan observasi partisipan dalam rangka menangkap berbagai tindakan yang mereka lakukan. Keterlibatan dari secara empatik yang dipadukan dengan wawancara mendalam dimaksudkan agar peneliti dapat memahami apa makna *social capital* dibalik strategi bisnisnya. *Ketiga*, dalam proses penelitian, peneliti adalah instrument kunci dalam pengambilan data sehingga peneliti dapat menyesuaikan diri dengan kenyataan-kenyataan yang ada dilapangan, disamping itu peneliti juga dapat melakukan kontrol terhadap diri sendiri, terutama terhadap suasana, waktu dan ruang yang memungkinkan relevan untuk menemukan data lapangan dan dapat

[illegible]

Penelitian kualitatif yang dipilih untuk penelitian ini ialah model interaksionalisme-simbolik, yang pada prinsipnya berasumsi bahwa analisis lengkap perilaku manusia akan mampu menangkap makna simbol dan interaksi.¹¹⁵ Dalam hal ini peneliti memanfaatkan field experience pelaku bisnis muslim Tionghoa di Kota Kediri. Model ini relevan untuk mengkaji interaksi antara pelaku bisnis dengan stakeholdernya dalam rangka strategi bisnis dengan menggunakan *social capital*. Dalam proses interaksi tersebut didalamnya melibatkan simbol-simbol yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Dengan demikian penggunaan *social capital* dalam bisnis tak dapat dilepaskan dengan proses interaksinya stake holder yang menggunakan simbol-simbol strategi bisnis.

Penelitian tentang *social capital* dalam bisnis ini sebenarnya adalah menindak lanjuti dari penelitian sebelumnya saat melakukan penelitian dalam rangka memnuhi tugas mata kuliah Kapita Selekt Ekonomi Syari'ah dengan dosen pengampu DR. Achmad Imam Mawardi, MA. Makalah tersebut berjudul "Filsafat Etos Kerja Pengusaha Tionghoa dalam Perspektif Filsafat Ekonomi Syari'ah". Waktu itu kuliah program Doktorat UINSA Surabaya semester 1

[illegible]

tahun 2017. Makalah ini mendapatkan apresiasi luar biasa dari dosen pengampu, sehingga beliau menyarankan untuk bisa diteruskan menjadi judul disertasi saya. Pada kesimpulan makalah saya salah satu yang sangat penting adalah bahwa filosofi bisnis warga Tionghoa banyak dipengaruhi oleh ajaran *Konfusius* dan adat budaya leluhur mereka yang bermuara pada humanisme dan empiris. Pendekatan kemanusiaan, alam serta lingkungan merupakan ciri khas mereka hingga memiliki etos kerja yang sangat tinggi dalam bisnis.

Ketertarikan terhadap kajian dengan bisnis yang dilakukan oleh warga Tionghoa merupakan hal yang sudah cukup lama menjadi diskusi dan perbincangan dikalangan mahasiswa dan masyarakat pada umumnya. Diskusi mereka rata-rata adalah seputar bagaimana warga Tionghoa bisa selalu sukses dan eksis di dunia perdagangan?, bagaimana mereka mengatur strategi bisnisnya sehingga bisa survive dan eksis hingga sekarang. Sebagai orang asli Kota Kediri, peneliti tidak asing dengan kehidupan bisnis Tionghoa, karena Kediri adalah kota yang hamper 80 % sector perdagangan dan bisnisnya di kuasai oleh etnis ini. Gudang Garam sebagai pabrik Rokok Internasional yang telah memberikan banyak pengaruh pada percaturan bisnis dan perdagangan terutama bagi Kota Kediri.

Penelitian dengan tema *social capital* dalam bisnis pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri ini menjadi menarik peneliti karena belum banyak penelitian yang menggabungkan terkait pengusaha Tionghoa muslim. Sudah banyak penelitian terkait dengan *social*

Untuk melengkapi data penelitian ini, ada beberapa informan yang sengaja peneliti pilih sebagai triangulasi data penelitian baik dari sesama pengusaha dari kalangan Kamar Dagang Indonesia (KADIN) kota Kediri yaitu pak Setyohadi, pengusaha yang telah lama bekerja di perusahaan Gudang Garam Kota Kediri selama 18 tahun dan telah menduduki beberapa jabatan Direktur, yaitu bapak Rinto Harno, beliau sekarang juga menjabat sebagai ketua Masyarakat Ekonomi Syari'ah Kota Kediri. Para Kyai sepuh Kota Kediri yang telah lama berinteraksi dengan pengusaha Tionghoa muslim Kota Kediri seperti Kyai Sholeh pengasuh PP Salafiah, Kyai Yahya Ma'ruf Kedonglo pengasuh PP al-Ma'ruf yang pondoknya bersebrangan langsung dengan Klenteng Tjoe Hwie Kiong Kota Kediri, Gus Reza pengasuh PP. Mahrusiah Lirboyo. Tokoh lain terdiri dari FKUB Kota Kediri, Ketuanya pak Ma'ruf Anas, skretarisnya ibu Emy Puasawati dan tokoh Paguyuban Lintas Masyarakat bapak Taufiq. Dan yang tokoh penting lain adalah pak Prayitno Sutikno sebagai Ketua Klenteng Tjoe Hwie Kiong Kota Kediri yang banyak memberikan data pada peneliti.

banyak dipengaruhi oleh filosofi *Konfusius* dan pendekatan h
cukup menjadi pintu masuk penelitian ini. Filosofi *Konfusi*
pendekatan kemanusiaan/ social adalah pintu masuk untuk per
ini dengan tema “*Social Capital* dalam Bisnis Tionghoa Mu
Kota Kediri” karena pendekatan *social capital* adalah pen
yang menekankan sisi social/ kemanusiaan yang bersumbe
filosofi ajaran *Konfusius*.

Tabel : 1.2
Nama-nama informan

banyak dipengaruhi oleh filosofi *Konfusius* dan pendekatan h
cukup menjadi pintu masuk penelitian ini. Filosofi *Konfusi*
pendekatan kemanusiaan/ social adalah pintu masuk untuk per
ini dengan tema “*Social Capital* dalam Bisnis Tionghoa Mu
Kota Kediri” karena pendekatan *social capital* adalah pen
yang menekankan sisi social/ kemanusiaan yang bersumbe
filosofi ajaran *Konfusius*.

Tabel : 1.2
Nama-nama informan

banyak dipengaruhi oleh filosofi *Konfusius* dan pendekatan h
cukup menjadi pintu masuk penelitian ini. Filosofi *Konfusi*
pendekatan kemanusiaan/ social adalah pintu masuk untuk per
ini dengan tema “*Social Capital* dalam Bisnis Tionghoa Mu
Kota Kediri” karena pendekatan *social capital* adalah pen
yang menekankan sisi social/ kemanusiaan yang bersumbe
filosofi ajaran *Konfusius*.

Tabel : 1.2
Nama-nama informan

banyak dipengaruhi oleh filosofi *Konfusius* dan pendekatan h
cukup menjadi pintu masuk penelitian ini. Filosofi *Konfusi*
pendekatan kemanusiaan/ social adalah pintu masuk untuk per
ini dengan tema “*Social Capital* dalam Bisnis Tionghoa Mu
Kota Kediri” karena pendekatan *social capital* adalah pen
yang menekankan sisi social/ kemanusiaan yang bersumbe
filosofi ajaran *Konfusius*.

Tabel : 1.2
Nama-nama informan

banyak dipengaruhi oleh filosofi *Konfusius* dan pendekatan h
cukup menjadi pintu masuk penelitian ini. Filosofi *Konfusi*
pendekatan kemanusiaan/ social adalah pintu masuk untuk per
ini dengan tema “*Social Capital* dalam Bisnis Tionghoa Mu
Kota Kediri” karena pendekatan *social capital* adalah pen
yang menekankan sisi social/ kemanusiaan yang bersumbe
filosofi ajaran *Konfusius*.

Tabel : 1.2
Nama-nama informan

Dokumentasi data peneliti dapatkan dengan mengunjungi kantor dinas terkait seperti data kependudukan di Dispendukcapil Kota Kediri, tentang data perdagangan dan industri di kantor Disperindag Kota Kediri, data tentang statistik dan demografi di BPS Kota Kediri dan beberapa data dokumen lain seperti informasi tentang kegiatan PITI melalui data yang ada tabloit PITI Jawa Timur. Kegiatan wawancara, observasi dan dokumentasi dilakukan berulang-ulang hingga terjawab semua terkait pemaknaan *social capital* dan distingsinya dalam strategi bisnis pengusaha Tionghoa muslim di kota Kediri.

Untuk menjaga keabsahan dan kredibilitas data peneliti mediskusikanya dengan informan tentang data-data lapangan, dependability dan confirmability, mendiskusikan dengan orang-orang yang memiliki pengalaman lapangan dan wawasan teoritik terkait dan tranferability, membandingkan dengan hasil temuan lain seputar yang dimaksud.¹¹⁷

Setelah kegiatan wawancara mendalam dan observasi terlibat, peneliti lakukan pencatatan data ke dalam kartu-kartu wawancara dan observasi. Kemudian disusun deskripsi data berupa uraian data dan pernyataan refleksi berupa pernyataan atau catatan analisis yang

[illegible]

Data-data yang memiliki kesamaan pendapat, sikap, tindakan dan makna tidak serta peristiwakemudian dikumpulkan dan kategorisasi data berdasarkan persamaan-persamaan. Dari berbagai data yang masuk kemudian diseleksi mana yang kategori dama dan mana yang tidak, untuk menentukan proses kategorisasi. Dari kategorisasi ini, kemudian dilakukan cross-ceck untuk menemukan konsep-konsep yang relevan dengan penelitian atau proses seleksi data berdasarkan konsep-konsep yang digunakan untuk penelitian, misalnya konsep *guanxi* yang menghasilkan *kohesi*, *network*, *trust*, *reciprocity*, dan solidaritas pada komunitas bisnis Tionghoa, konsep *as}a>biah* yang menghasilkan ikatan emosional, psikologi, politik dan ekonomi pada komunitas bisnis muslim. Proses ini dinamakan reduksi data, yaitu menyederhanakan data ke dalam konsep-konsep yang meiliki ciri-ciri tertentu kemudian dipaparkan ke dalam uraian verbal berdasarkan kategorisasinya. Ketegorisasi tersebut meliputi anangan klasifikasi pemaknaan *social capital* dan distingsinya dari *norms*, *trust*, *network*, *reciprocity* dari pemikiran dan tindakan. Setelah itu diambillah kesimpulan untuk menjawab permasalahan penelitian.¹¹⁸ kemudian membandingkan temuan lapangan dengan teori-teori yang relevan, yang disebut sebagai implikasi teoritik.

[illegible]

Melalui proses ini akan diketahui di mana posisi hasil penelitian ini di dalam kerangka teoritik sebelumnya.

Dengan demikian, peringkat analisis dalam penelitian ini ialah pada tindakan individu-aktor yang terlibat dalam penggunaan *social capital* dalam strategi bisnis yang diyakini sebagai strategi bisnis yang efektif, efisien dan *sustainable*.

I. Sistematika Penulisan Pembahasan

Bab pertama Pendahuluan, bab ini menjelaskan mengenai: latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritik, kajian dan penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah Kajian Teori, bab ini menjelaskan tentang tentang *social capital* dalam bisnis, strategi bisnis, etika dalam Islam, *guanxi* dalam strategi bisnis Tionghoa, *brotherhood*, *Asja>biah* dan *ukhuwah* dalam Islam dan *social capital* dalam bisnis Islam

Bab ketiga adalah mengulas tentang *Social Capital dalam Bisnis Pengusaha Tionghoa Muslim di Kota Kediri*, Pada bab ini membahas potret ekonomi Kota Kediri, profil pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri, pemaknaan *social capital* pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri dan *social capital* dalam pengelolaan bisnis.

Bab kelima adalah Penutup, bab ini berisikan kesimpulan, implikasi teoritik, rekomendasi dan keterbatasan penelitian.

SOCIAL CAPITAL DALAM STRATEGI BISNIS

1. Definisi *Social Capital*

[illegible]

Coleman mendefinisikan *social capital* sebagai “semua aspek yang mengarah dan diciptakan untuk memudahkan tindakan individu dalam struktur sosial.”¹²⁰ Struktur sosial melahirkan dorongan sosial menjadi lebih berkuasa atas perilaku individu. Pada bagian lain Coleman mendefinisikan *social capital*:

Coleman dalam definisinya menegaskan bahwa *social capital* “sebagai sumber penting bagi para individu dan sangat mempengaruhi kemampuan mereka untuk bertindak dan kualitas kehidupan yang mereka rasakan. *Social capital* memudahkan pencapaian tujuan yang tidak dapat dicapai tanpa keberadaannya *Social capital* tercipta ketika

¹²¹ JS. Coleman, *Foundations of Social*, 99

Menurut Loury dalam Coleman, *social capital* adalah “kumpulan sumber yang melekat dalam relasi keluarga dan dalam organisasi social komunitas dan yang bermanfaat untuk perkembangan kognitif dan sosial anak-anak atau pemuda. Sumber-sumber ini berbeda untuk orang yang berbeda dan dapat memberikan keuntungan penting untuk perkembangan modal manusia anak-anak dan orang dewasa”.¹²³

¹²²JS. Coleman, “ Social Capital in the Creation of Human Capital”: *The American Journal of Sociology*, Vol. .94, (1999), 438.

¹²⁴R.D. Putnam., *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy* (Princeton, Princeton University Press. 1993), 45.

Proses yang berlaku itu menurut Cohen dan Prusak adalah “merupakan suatu kesediaan melakukan hubungan aktif antara seseorang meliputi: kepercayaan, kerjasama yang saling menguntungkan, berbagi nilai dan perilaku yang mengikat setiap anggota jaringan dan kemasyarakatan juga kemungkinan membuat kerjasama.”¹²⁹ Menurut Cohen dan Prusak, modal social adalah setiap hubungan yang terjadi dan diikat oleh suatu kepercayaan (*trust*), saling pengertian (*mutual understanding*) dan nilai-nilai bersama (*shared value*) yang mengikat anggota kelompok untuk membuat kemungkinan aksi bersama dapat .

Perkembangan konsep *social capital* dimulai sejak pertengahan 1990 dengan “beberapa indikator yang menunjukkan bahwa *social capital* terdiri dari kelembagaan, kekeluargaan, perilaku, dan nilai-nilai yang mengatur interaksi antar manusia yang berkontribusi secara ekonomi maupun sosial.”¹³⁰ *social capital* bukan merupakan entitas yang tunggal tetapi *multidimensional* yang didefinisikan dengan adanya kelompok, jaringan, norma, dan kepercayaan. Pemahaman tentang *social capital* ini diharapkan akan meningkatkan kinerja suatu organisasi dan pendapatan lebih baik. Di sisi bisnis melalui *social*

130 C.Grootaert and T. Van Bastelaer “Understanding and Measuring Social Capital. Analysis” (2002), 1-320. Lihat Raden Ahmad Romadhoni Surya Putra, Bambang Ariyadi, Novita Kurniawati, dan Fransiskus Trisakti Haryadi, “The Influence Of Social Capital On Farm Household’s Welfare: Case Study On Ngudi Mulyo Native Chicken Farmer’s Group In Gunungkidul” *Buletin Peternakan* Vol. 41 (3):, (Agustus 2017), 349-354.

“Para *stakeholder* yang bekerja di dalam sistem perekonomian semakin yakin bahwa modal tidak hanya berwujud materi, alat-alat produksi seperti tanah, pabrik, alat-alat, dan mesin-mesin, akan tetapi juga berupa *human capital*. Sistem perekonomian dewasa ini yang didominasi oleh peranan *human capital*, yaitu pengetahuan dan ketrampilan manusia dianggap kurang mampu untuk meningkatkan perekonomian secara utuh. Kandungan lain dari *human capital* selain pengetahuan dan ketrampilan adalah kemampuan masyarakat untuk melakukan asosiasi (berhubungan) satu sama lain. Kemampuan ini akan menjadi modal penting bukan hanya bagi kehidupan ekonomi akan tetapi juga bagi setiap aspek *eksistensi* sosial yang lain. Modal yang demikian ini disebut dengan *social capital*, yaitu kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama demi mencapai tujuan bersama dalam suatu kelompok dan organisasi”.¹³¹

¹³¹ JS. Coleman, *Social Capital*, 95-120.

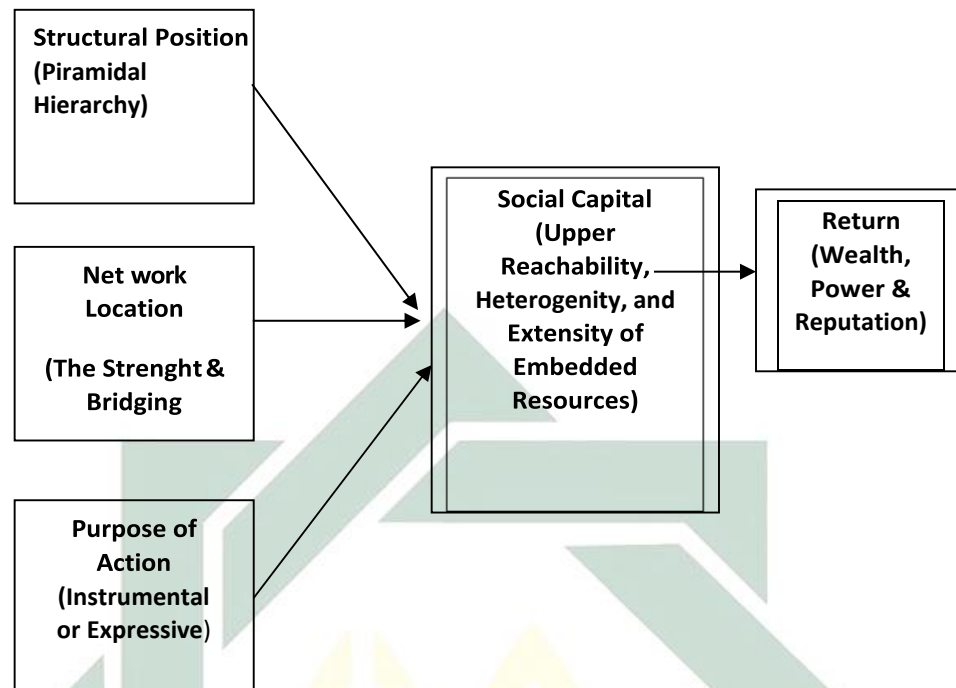
gagasan, kesempatan bisnis, modal keuangan, *power*, dukungan emosional, *goodwill*, kepercayaan dan kerjasama yang disediakan oleh individu dan jaringan kerja bisnis.”¹³⁷

2. Level dan bentuk *social capital*

Pada tingkatan makro level, *social capital* “dihadapkan pada efektivitas pemerintah, akuntabilitas, dan kemampuan untuk menyelenggarakan penegakan hukum secara adil, pertumbuhan

¹⁴² Eva Parts., *Interrelationship Between Human Capital and Social Capital: Implications For Economic Development In Transition Economies*, (2003), 70.

Model Lins Teori Social Capital (2001)



Social capital “merupakan modal yang sifatnya sosial tidak seperti aset fisik (teknologi, alat) dan sumber daya manusia (pendidikan, keterampilan) yang sifatnya lebih individual..Dampak positif dari adanya *social capital* khususnya bagi pelaku bisnis adalah ketersediaan informasi dengan biaya yang murah, adanya fasilitas pengambilan keputusan dan pelaksanaannya, dan berkurangnya perilaku *oportunis* dari anggota kelompok.”¹⁴⁴

Sebagaimana dikritik oleh Bourdieu terhadap terminologi modal (*capital*) di dalam ilmu ekonomi konvensional, “modal sesungguhnya bukan hanya sekedar alat-alat produksi, akan tetapi memiliki pengertian yang lebih luas dan dapat diklasifikasikan ke dalam 3 golongan, yaitu: modal ekonomi (*economic capital*), modal kultural

¹⁴⁴C. Grootaert, „Measuring Social Capital, 22

modal sosial memberi kemudahan bagi orang untuk melakukan sesuatu dalam kerangka struktur sosial tersebut. Ia memberi penekanan terhadap dua aspek dari struktur sosial yang sangat penting dalam memudahkan tercipta dan berkembangnya *social capital* dalam berbagai bentuk. *Pertama*, aspek dari struktur sosial yang menciptakan sebuah jaringan sosial yang membuat setiap orang saling berhubungan sedemikian rupa sehingga kewajiban-kewajiban maupun sanksi-sanksi dapat dikenakan kepada setiap orang yang menjadi anggota jaringan itu. *Kedua*, adanya organisasi sosial yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan bersama.

Selanjutnya Coleman mengidentifikasi tiga pilar utama dalam *social capital*. *Pertama*, kewajiban dan harapan yang timbul dari rasa kepercayaan dalam lingkungan sosial. Pilar *kedua* adalah pentingnya arus informasi yang lancar di dalam struktur social untuk mendorong berkembangnya kegiatan dalam masyarakat. Arus informasi yang tidak lancar cenderung menyebabkan orang menjadi tidak tahu atau ragu-ragu sehingga tidak berani melakukan sesuatu. Pilar *ketiga* adalah norma-norma yang harus ditaati dengan sanksi yang jelas dan efektif.

Coleman “lebih mengembangkan lagi pemikirannya tentang modal sosial melalui sebuah karya besarnya yang terbit dua tahun kemudian dengan judul *Foundations of Social Theory*.”¹⁵⁰ dia mengatakan bahwa *social capital* seperti halnya modal ekonomi, juga

¹⁵⁰ JS. Coleman, *Foundations of Social*, 61.

Ada tiga alasan penting bagi Putnam untuk mengatakan demikian. “*Pertama*, adanya jaringan sosial memungkinkan adanya koordinasi dan komunikasi yang dapat menumbuhkan rasa saling percaya di antara sesama anggota masyarakat. *Kedua*, kepercayaan (*trust*) memiliki implikasi positif dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini dibuktikan dengan suatu kenyataan bagaimana keterkaitan orang-orang yang memiliki rasa saling percaya (*mutual trust*) dalam suatu jaringan sosial memperkuat norma-norma mengenai keharusan untuk saling membantu. *Ketiga* berbagai keberhasilan yang dicapai melalui kerjasama pada waktu sebelumnya dalam jaringan ini akan mendorong bagi keberlangsungan kerjasama pada waktu selanjutnya. Lebih jauh Putnam mengatakan bahwa modal sosial bahkan dapat menjembatani jurang pemisah antara kelompok-kelompok yang berbeda ideologi dan memperkuat kesepakatan tentang pentingnya pemberdayaan masyarakat.”¹⁵²

¹⁵² R.D. Putnam, Robert Leonardi, Rafaella Nanetti, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. (Princeton, N.J.: Princeton University Press.1993), 36.

Menurut Burt, “kemampuan berasosiasi ini sangat tergantung pada suatu kondisi dimana komunitas itu mau saling berbagi untuk mencari titik temu norma-norma dan nilai-nilai bersama. Apabila titik temu etis-normatif ini diketemukan, maka pada gilirannya kepentingan-kepentingan individual akan tunduk pada kepentingan-kepentingan komunitas kelompok, seperti kesetiaan, kejujuran, dan *dependability*. *Social capital* lebih didasarkan pada kebajikan-kebajikan sosial umum.”¹⁵⁶

¹⁵⁵ F. Fukuyama, "Social Capital, 99

¹⁵⁷ M. Woolcock, D. Narayan. "Social Capital: Implication for Development Theory, Research, and Policy". World Bank Research Observer, 15 (2), August, 225-49, in Elinor Ostrom and T.K. Ahn. (2003), 57

a). Modal Sosial Terikat (*Bonding Social Capital*)

¹⁶¹ R.D. Putnam, "The Prosperous , 103

b. Norma

c. Jaringan

¹⁶⁹ Eva Cox, *A Truly Civil Society*. Sydney: ABC Book in Dasgupta, P. Ismail S. *Social Capital A Multifaceted Perspective* (Washington DC: World Bank. 1995), 5

¹⁷⁰ R.D. Putnam, "Bowling Alone: America's Declining Social Capital", dalam *Journal of Democracy*, Vol. 6, No.1, (1995), 65-78.

¹⁷¹ Eva Cox, *A Truly Civil Society*, 6.

¹⁷²F. Fukuyama, *Trust: The Social Virtues*, 441.

Bersandar pada parameter di atas, "beberapa indikator kunci yang dapat dijadikan ukuran *social capital* antara lain: Perasaan identitas; Perasaan memiliki atau sebaliknya, perasaan alienasi; Sistem kepercayaan dan ideologi; Nilai-nilai dan tujuan-tujuan; Ketakutan-ketakutan; Sikap-sikap terhadap anggota lain dalam masyarakat; Persepsi mengenai akses terhadap pelayanan, sumber dan fasilitas (misalnya pekerjaan, pendapatan, pendidikan, perumahan, kesehatan, transportasi, jaminan sosial); Opini mengenai kinerja pemerintah yang telah dilakukan terdahulu; Keyakinan dalam lembaga-lembaga masyarakat dan orang-orang pada umumnya; Tingkat kepercayaan; Kepuasan dalam hidup dan bidang-bidang kemasyarakatan lainnya; Harapan-harapan yang ingin dicapai di masa depan."¹⁷³

¹⁷³Anne Spellerberg,, “Towards a Framework for the Measurement of Social Capital” dalam David Robinson (ed), *Social Capital dan Policy Development* (Wellington: The Institute of Policy Studies, 1997), 42-52.

Dorongan sosial tersebut yang disesuaikan dengan norma norma sosial meliputi; kultur yang dominan, pengaruh kekuatan sosial lain lain atas perilaku lebih umum. Sedangkan World Bank mengartikan *social capital* sebagai lembaga, hubungan sosial, *network*, kejujuran, pembentukan norma yang berkualitas dan kuantitas interaksi sosial dengan masyarakat.

Social capital atau Modal Sosial yang oleh beberapa ahli disimpulkan adanya 4 elemen utama yang menjadi unsure pokok yaitu *norms* (nilai-nilai social), *network* (jaringan, *reciprocity* (hubungan timbal balik dan *trust* (kepercayaan) adalah mirip dengan konsep *ukhuwah* (persaudaraan) dalam Islam.¹⁷⁹

¹⁷⁹ Abdul Wahid al-Faizin dan Nasir Akbar, *Tafsir Ekonomi*, 193

10:

“orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat”.¹⁸⁰

Ayat tersebut diatas memberikan penekanan dalam beberapa hal yaitu:

Ayat ini memberi penegasan bahwa sebagai pondasi Social Capital kukuh dikarenakan ditegaskan bahwa semua orang-orang yang beriman adalah saudara.

Maka perlu adanya metode memliharanya dengan cara:

Maka akan dihasilkan modal social dalam masyarakat yang terpelihara yaitu:

Beberapa ahli kemudian memaknai bahwa ayat ini memiliki spirit ukhuwah yang selanjutnya bisa dijadikan jabaran menjadi modal social, dengan perincian bahwa dalam ayat tersebut mengandung beberapa hal penting yaitu:

Network atau jaringan, bahwa modal social akan terbangun dengan baik ketika tumbuh sebuah kecenderungan dalam sebuah kelompok untuk saling bersosialisasi satu dengan yang lainnya. Besar kecilnya modal social dalam sebuah masyarakat sangat tergantung pada kapasitas yang ada dalam kelompok masyarakat untuk

¹⁸⁰ Al-Qur'an, 49:10

Dalam Islam tidak mengenal perbedaan ras, suku, budaya dan lain sebagainya karena semuanya akan dipersatukan dibawah naungan agama Islam. Sebagaimana dikuatkan oleh Firman Allah pada al-Hujuraat:13

Pola hubungan *ukhuwah* atau persaudaraan yang disampaikan dalam al-Qur'an inilah yang diharapkan mampu diformulasikan menjadi "*Social Capital ala Qur'any*" yang telah terbukti dijalankan oleh pemerintahan Rasulullah di kota Madinah yang menjadi acuan dan tolok ukur tatanan social dan ekonomi Islam yang maju, modern dan sejahtera.

¹⁸⁵ Al-Qurthubi, *Al-Ja'ami' li-Ahka'm Al-Qur'an* (Vol. 16) (Riyadh: Dar al Alam al-Kutub, 2003),. 222.

[illegible]

Artinya: “Sesungguhnya bagi kaum Saba' ada tanda (kekuasaan Tuhan) di tempat kediaman mereka Yaitu dua buah kebun di sebelah kanan dan di sebelah kiri. (kepada mereka dikatakan): "Makanlah olehmu dari rezki yang (dianugerahkan) Tuhanmu dan bersyukurlah kamu kepada-Nya. (Negerimu) adalah negeri yang baik dan (Tuhanmu) adalah Tuhan yang Maha Pengampun". (QS. As-Saba:15)

Konteks pemahaman kata *tāyib* pada kalimat tersebut adalah menggambarkan suasana negara dengan kemakmuran dan kesejahteraan yang didukung oleh keamanan, ketenteraman dan abnyak kebaikan.¹⁸⁷ Sehingga bisa digambarkan bahwa konsep “*social capital al Qur’any*” akan menghasilkan masyarakat yang aman, nyaman makmur sejahtera dibawah naungan Ridho dan Maghfirah Allah SWT.

Sesuai dengan *ilustrasi skema* yang digambarkan oleh Abdul Wahid al-Faizin, Nasir Akbar, *Tafsir Ekonomi Kontemporer*: menggali Teori Ekonomi dari ayat-ayat Al-Qur'an bahwa konsep *ukhuwah* akan menghasilkan *Social Capital* yang sangat menjanjikan dengan *network*, *reciprocity* dan *trust* dengan bingkai *Taqwa* dan *Ishlah* akan menghasilkan tatanan sosial ekonomi yang aman, makmur dan sejahtera dalam naungan *Ridha* dan *maghfirah* Allah SWT.

[illegible]

Strategi “merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang, hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir. Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.”¹⁹²

Konsep tersebut adalah¹⁹³:

¹⁹⁰ John Child, "Organization Structure, Environment and Performance, *The Role of Strategic Choic, Sociology*", Vol. 6, (1972), 2-22

¹⁹¹ Jajuk Herawati dan Sunarto, *Manajemen Strategik* (Yogyakarta: Komputindo, 2004), 24

¹⁹² Jajuk Herawati dan Sunarto, *Manajemen Strategik*, 25.

¹⁹³ Alfred D. Chandler, Jr. *Strategy and Structure in the History of The Industrial Intreprise* (Cambridge Mass, MIT Press, 1962), 13.

2) Competitive advantage

Jadi, “strategi merupakan deklarasi maksud yang mendefinisikan cara untuk mencapai tujuan, dan memperhatikan alokasi sumberdaya perusahaan yang penting untuk jangka panjang dan mencocokkan sumberdaya dan kapabilitas dengan lingkungan eksternal. Strategi merupakan perspektif, dimana isu kritis atau faktor keberhasilan dapat dibicarakan, serta keputusan strategik bertujuan untuk membuat dampak yang besar serta jangka panjang kepada perilaku dan keberhasilan organisasi.”¹⁹⁵

¹⁹⁵ Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja* (Bandung : Penerbit Mandar Maju, 2009), 24-25

Bisnis dalam Islam “bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu: 1) Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri. *Target hasil : profit-materi dan benefit-nonmateri, Benefit*, yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tidak orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. 2) Pertumbuhan, Jika profit

[illegible]

Beberapa temuan yang bisa diaplikasi dalam konsep modal sosial dalam pemasaran tersebut adalah : Pertama, modal sosial pada dasarnya adalah modal yang dapat dibangun dengan investasi yang rendah tetapi menuntut kesinambungan investasi untuk menjamin keberadaannya sebagai sebuah "*isolating mechanism*" untuk memberi peluang bagi tumbuh dan berkembangnya keunggulan bersaing. Kedua, modal sosial berkembang dan melekat secara sosial historis dalam mekanisme manajemen sehari-hari sehingga bersifat khas perusahaan-*firm-specific*, oleh karena itu sulit ditiru dan berpotensi menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Ketiga, modal sosial relatif mudah dijangkau, bebas pajak, dapat disimpan dalam

Ada konsep lain yang disampaikan oleh ahli ekonomi dengan konsep *triple bottom line*. Istilah ini pertama kali dipopulerkan oleh John Ellington. Konsep ini merumuskan bahwa keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan tidak semata-mata bergantung pada laba usaha (*profit*), melainkan juga tindakan nyata yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan (*planet*), dan keadilan (*people*).²⁰⁷ Dan semuanya dilakukan demi terciptanya *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan). Keadaan masyarakat tergantung pada ekonomi, dan ekonomi tergantung pada masyarakat dan lingkungan, bahkan ekosistem global.

Ketiga komponen *triple bottom line* ini tidaklah stabil, melainkan dinamis tergantung kondisi dan tekanan sosial, politik, ekonomi dan lingkungan, serta kemungkinan konflik kepentingan. Berikut penjabaran dari konsep *triple bottom line*:

- a. *Profit*, Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomis yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- b. *Planet*, Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan

²⁰⁷ John Elkington, *Cannibal with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, ((Oxford: Captone Publishing, 1997), 342.

c. *People*, Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. beberapa program CSR yang sering dikembangkan oleh perusahaan diantaranya: pemberian beasiswa bagi pelajar di lingkungan sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal dan lain sebagainya.

Konsep *triple bottom line* (TBL) semakin banyak digunakan oleh organisasi untuk melaporkan bagaimana mereka menanggapi masalah keberlanjutan. TBL harus terdiri dari tiga elemen pengukuran, yaitu: finansial, sosial, dan lingkungan. TBL harus diartikan sebagai konsep relatif yang dinamis dan berulang. Pemantauan berkelanjutan perlu

[illegible]

Dari fokus kepada optimalisasi laba menjadi perhatian pada kepentingan pihak-pihak yang terkait (*stakeholder interest*) baik langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Konsekuensinya, peran dunia bisnis semakin signifikan sebagai alat pemberdaya masyarakat dan pelestari lingkungan. “*The business entity should be used as a vehicle for coordinating stakeholder interests, instead of maximizing shareholder profit.*”

Konsep *sustainability business* sebenarnya adalah sebuah konsep yang menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan untuk dapat tetap eksis dan memiliki daya saing yang kuat. Tahan terhadap goncangan yang mempengaruhi kinerjanya. Oleh karena itu, pembahasan berikut akan memberikan gambaran-gambaran umum dan aplikatif, yang

²¹⁰ J. Fernando, Garrigos-Simon, M. Dolores Botella-Carrubi and Tomas F. Gonzalez-Cruz, *Social Capital, Human Capital, And Sustainability: A Bibliometric And Visualization Analysis*, (Switzerland: MDPI Basel, 2018), 1-19

Perusahaan yang sanggup untuk tetap eksis dan *sustainable* sebagai sebuah *living company* adalah perusahaan yang visioner. Perusahaan model ini tidak terlalu mengagungkan maksimalisasi kekayaan pemegang saham, meskipun diakui bahwa profitabilitas adalah suatu keharusan sebagai sarana perusahaan untuk tetap eksis. Namun profit/laba bukan segalanya, begitu pun dengan konsep bisnisnya bukan hanya sekedar kegiatan ekonomi, namun cenderung mengutamakan kepentingan *stakeholder*, termasuk karyawan²¹²

- a. Perusahaan yang berumur panjang (berkesinambungan) adalah perusahaan yang memiliki sensitivitas terhadap lingkungan
- b. Perusahaan yang berkesinambungan adalah perusahaan yang menjaga nama besar serta memiliki kohesivitas/keterikatan yang kuat terhadap identitasnya.
- c. Perusahaan yang berkesinambungan memiliki toleransi dan menghindari suatu kontrol yang terpusat, ditangan satu orang entah itu eksekutif maupun *owner*, melainkan selalu berusaha

²¹³ A. De Geus, *The Living Company; Habits For Survival In Turbulent Business Environment* (Harvard Business School Press, 1997), 242.

d. Perusahaan yang berkesinambungan adalah perusahaan yang memiliki sikap konservatif terhadap aspek keuangan

Tajudin Bantacut dalam jurnal Agrimedia, mengatakan bahwa agar bisnis bisa *sustainable* maka pelaku bisnis harus mampu mengintegrasikan komponen-komponen dalam bisnis. Komponen penting dalam bisnis antara lain adalah sosial dan ekologi.²¹⁴ Sosial adalah bagian terpenting dalam bisnis, karena bagaimana pelaku bisnis mampu berinteraksi, berkomunikasi dan memperlakukan sesuai dengan selayaknya manusia akan memudahkan pelaku bisnis mendapatkan apa yang diinginkannya. Namun manusia tidak sendiri, mereka juga harus memperhatikan dan mengelola lingkungannya agar terjaga kondusiitas bisnis.²¹⁵

²¹⁵Ibid.

Secara garis besar, menurut Karyn Lai mengatakan bahwa “terdapat dua kunci fundamental dalam tema ajaran konfucius, yaitu: dalam setiap wujud manusia terdapat potensi untuk mengembangkan diri (*Self development*) dan buah utama dari pengembangan diri manusia diwujudkan dalam kehidupan bermasyarakat.”²¹⁹

²¹⁸ Sahrul Mauludi, *Konfusius: Inspirasi dan Pencerahan Untuk Hidup Lebih Bermakna* (Jakarta :PT Alex Media Komputindo, 2016), 2-3.

²²⁰ Tu Wei Ming, *Etika Konfusianisme* (Jakarta: Teraju, 2005), 55.

[illegible]

2. *Konfusius* Antara Agama dan Filsafat

Secara “agama atau kepercayaan dan etika moral, ajaran *Confucius* mendorong pengikutnya untuk mencapai kesejahteraan, kemakmuran, dan kebahagiaan hidup secara harmonis melalui

²²⁴ Ongky Setio Kuncono, "Pengaruh Etika, 41.

Keyakinan akan perbuatan kebajikan tersebut yang pada akhirnya membawa berkat, rejeki, kesuksesan dan panjang umur yang menyebabkan orang Tionghoa bekerja keras berdasarkan pada nilai-nilai kebajikan. Bagi orang Tionghoa hanya berbisnis berdasarkan kebajikan, maka Tuhan akan meridhoinya. Hal ini sesuai dengan ajaran *Confucius* yang mengatakan “*Wi Tik Thong Thian / Wei De Dong Tian* (Hanya dengan Kebajikan saja Tuhan akan berkenan).

Ajaran *Confucius* dalam konteks rasional tersebut sebenarnya menjelaskan tentang hubungan antara etika dengan kesuksesan (kebajikan dan berkah) seperti tesis Max Weber yang sebenarnya membahas antara hubungan motif dengan tindakan. Ajaran tersebut menjadikan orang Tionghoa tidak berani tidak berbuat Kebajikan karena diyakini akan menjadikan kemakmuran dan kesuksesan dalam

[illegible]

Dari ajaran “*Confucius*” itu kemudian berkembang dan istilah-istilah seperti rejeki, keberuntungan (*hokkie*), dan kemakmuran menjadi tujuan hidup utama orang-orang Tionghoa. Semua praktek tradisi ditujukan untuk mengejar *hokkie*. Dalam hal ini terletak pentingnya *ciamsi* (konsultasi nasif), *gwamia* (ramalan), *shio* (horoskop), dan *hongsui/ fengsui* (tata letak bangunan) yang berhubungan dengan hawa (*chi*). Banyak pula istilah-istilah seperti *cengli* (masuk akal), *Cinjay* (tidak terlalu hitungan) dan *Cuan* (keuntungan). Istilah tersebut menjadi umum dan selalu dibicarakan ketika berhubungan bisnis dengan orang Tionghoa. Secara umum pergaulan orang Tionghoa dalam bisnis selalu harus *Cingcay* dan *Cengli* dan jangan sampai *Ciak* (tidak membayar hutang) akhirnya *Cao* (berlari). Istilah-istilah tersebut kalau dikaji tidak jauh dari ajaran *Confucius*.²²⁶

Guanxi atau “jejaring kepercayaan dalam aktivitas bisnis merupakan salah satu fenomena yang sering dijumpai dalam praktik

[illegible]

Guanxi memberikan beberapa petunjuk, mereka mengakui bahwa praktek *guanxi* oleh masyarakat Tionghoa adalah berdasarkan situasi spesifiknya masing-masing. Contohnya, *guanxi* dalam situasi saudara-ke-saudara berbeda dengan *guanxi* yang ada dalam situasi bisnis-ke-bisnis. Mereka menggolongkan *guanxi* kedalam tiga kategori utama dalam buku mereka *The Chinese Guanxiology (Guanxiologi Cina)*²²⁸:

- Dalam memformulasi dimensi-dimensi *guanxi* yang telah diidentifikasi sebelumnya untuk memposisikan diri mereka sebagai

²²⁸ C..F. Man and C.Y. Cheng, *The Chinese Guanxi* (Hongkong: Institute of Asia Pacific Studies, Chinese University of Hongkong (in Chinese), 1996), 354.

Ada perdebatan akademis tentang peran budaya dalam membentuk perilaku bisnis etnis Tionghoa.²³¹ Pandangan *essentialist-culturalism* menganggap bahwa nilai-nilai budaya Konfusianisme merupakan pendorong utama (hampir satu-satunya) bagi pelaku bisnis Tionghoa dalam menetapkan tujuan bisnis dan memilih metode bisnisnya, termasuk dalam hal pembentukan jejaring bisnis (*guanxi*). Dalam pandangan ini, solidaritas berdasarkan etnisitas telah ada secara alamiah dan merupakan perekat jejaring tersebut. Namun, pandangan lainnya mengatakan bahwa nilai-nilai

²³¹ V. Wee, "A Cultural Economy of Ethnicity and Capital in the Regionalisation of China and Southeast Asia", in De-Essentialising "Chinese Capitalism" in Southeast Asia, NIA Snytt, (December 2004), (3): 5-7.

Konfusianisme adalah “sebuah filosofi moral tentang bagaimana bentuk hubungan antar anggota sebuah masyarakat yang ideal berdasarkan tatanan vertikal dan horisontal. Tatanan vertikal adalah hubungan antar anggota masyarakat dari hirarki sosial yang berbeda, misalkan antara orang tua dan anak, suami dan istri, pemerintah dan rakyat, majikan dan pelayan, serta guru dan murid. Tatanan horisontal menyangkut hubungan antara anggota masyarakat dalam hirarki yang sederajat, misalkan antar teman/kolega. Menurut Suryadinata bentuk-bentuk hubungan tersebut dilandasi oleh nilai-nilai kebaikan hati manusia (*jen*) yang terdiri dari *chung* (ketulusan dan kejujuran) dan *shu* (mau berkorban bagi orang lain/tidak egois).”²³² Konfusius meyakini bahwa setiap orang dalam masyarakat punya peran, hak, dan kewajiban masing-masing yang harus dilaksanakan untuk menciptakan ketertiban dan keharmonisan dalam masyarakat. Nilai ini juga dikenal dengan nama *Ji*.

²³² Leo Suryadinata, "Confucianism in Indonesia: Past and Present, in *The Chinese Minority in Indonesia: Seven Papers*. Leo Suryadinata (Ed) (Singapore: Chopmen Enterprises. 1978), 33-62.

Guanxi “memfasilitasi banyak hal, antara lain pertukaran informasi baik politik, ekonomi maupun isu-isu aktual lainnya yang berkembang dalam masyarakat untuk pengambilan putusan bisnis, rekrutmen karyawan, pencarian dan transaksi dengan mitra bisnis (supplier, buyer dan kongsi), dan sumber pendanaan untuk tujuan strategis/jangka panjang maupun operasional (misalnya mekanisme tukar giro). *Guanxi* dapat dipandang sebagai bentuk manifestasi dari tatanan horisontal *Konfusianisme*. Etika dalam *guanxi* menekankan pada penjagaan martabat dan nama baik, memegang komitmen lisan, menjaga kepercayaan, *reciprocal obligation*, solidaritas, dan tolong menolong.”²³⁴ Nilai-nilai dalam *guanxi* diturunkan lintas generasi

²³⁴ W.P. Wu, *Transaction Costs, Cultural Values and Chinese Business Networks: An*

Guanxi, “memiliki sistem sanksi informal yang ketat di mana pelanggaran etika dari seorang anggota akan berakibat pada penyebaran informasi ke para anggota yang lain sehingga mengarah pada rusaknya nama baik anggota tersebut. Disamping konsekuensi hukum yang mungkin harus diterima, penyebaran informasi tersebut akan menutup jalan yang bersangkutan untuk berbisnis dengan siapapun dalam komunitas tersebut. Dalam kasus terjadinya masalah bisnis, pihak ketiga yang memberikan referensi juga turut menanggung beban moral. Oleh karenanya, sebisa mungkin ia hanya akan merekomendasikan seseorang yang betul-betul kredibel untuk bekerjasama dengan orang lain. Kegagalan melakukan hal ini dapat berakibat diragukannya kualitas referensi yang bersangkutan di masa yang akan datang, hal mana berarti membuatnya kehilangan muka. Mekanisme sanksi informal di atas juga turut berkontribusi bagi pemeliharaan norma-norma yang berlaku.”²³⁵

Integrated Approach, in Chinese Business Networks: State, Economy and Culture. Chan Kwok Bun (Ed) (Singapore: Prentice Hall-Nordic Institute of Asian Studies, 2000), 77.

²³⁵ Sujoko Efferin, *Pemanfaatan Guangxi*, 112-127

Menurut Rauch dan Trindade “jejaring bisnis etnis Tionghoa dalam skala global seringkali justru lebih mampu menyediakan informasi bisnis yang jauh lebih mendalam dan lengkap tentang negaranya masing-masing dari pada yang dapat dilakukan oleh misi dagang resmi dari pemerintah negara-negara tersebut (dalam bentuk Kamar Dagang misalnya) sehingga seringkali misi dagang resmi tersebut hanya bersifat melengkapi saja.”²³⁸

1. *Brotherhood dan ukhuwah*

²³⁶ L. Low, "The Overseas Chinese Connection: An ASEAN Perspective". *Southeast Asian Journal of Social Science* 23 (2): 89- 117, Yeung, H.W.C. "Internationalisation of Ethnic Chinese Business Firms from Southeast Asia". *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 23 (1): (1995), 103-127.

²³⁷ H. Liu, "Globalization, Institutionalization and the Social Foundation of Chinese Business Networks", in *Globalization of Chinese Business Firms*. H.W.C. Yeung and K. Olds (Eds). (New York: St. Martin's Press, 2000), 224

²³⁸ J.E Rauch and V. Trindade.. "Ethnic Chinese Networks in International Trade". *The Review of Economics and Statistics* 84: (2002), 116-130.

Implikasi dari doktrin ini adalah bahwa “antara manusia terjalin rasa persaudaraan dalam kegiatan ekonomi, serta saling membantu dan bekerjasama. Sikap *egalitarian* yang dibangun dalam aktivitas ekonomi. Dalam konsep persaudaraan sebagaimana disebut, sikap yang diutamakan adalah saling berkorban dan bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan primer saudaranya yang fakir ataupun miskin.”²⁴⁰ Nabi bersabda yang artinya, “*Tidaklah beriman seseorang, jika ia makan kenyang sementara tetangganya kelaparan*”.²⁴¹

Persaudaraan mengarah pada kemaslahatan bersama. “Kemaslahatan ini terletak pada keadilan yang merata, kasih sayang dan kepedulian, kesejahteraan dan kebijaksanaan. Oleh karena itu persaudaraan sekaligus merupakan sesuatu yang dituju oleh shari‘ah”.²⁴²

Menurut Muhammad Abdul Mannan, di dalam sistem ekonomi Islam tidak ada konflik antara kebebasan individu dan kontrol sosial bahkan keduanya dipandang saling melengkapi. Hubungan antara

²⁴² Prinsip sentral shari'ah Islam adalah hikmah dan kemaslahatan umat manusia di dunia dan di akhirat. Lihat Ibn al-Qayyim, *I'lâm al-Muwaqqi'in 'an Rabb al-Âlamîn*, Vol. 3 (Riyad: Dâr Ibn al-Jawzî, 2002), 14.

individu, masyarakat dan negara dipandang sebagai sesuatu yang mempunyai tujuan, didasarkan pada maksud baik dan kerjasama secara harmonis untuk mencapai tujuan sistem ekonomi.²⁴³

dirinya sendiri, ia harus peduli pada kesejahteraan orang lain sehingga dapat meningkatkan kerjasama, kebaikan dan kebajikan.²⁴⁶

Bagi Ibnu Khaldun bahwa “agama mempunyai peran penting dalam membentuk persatuan dalam *asjariah*. Semangat persatuan rakyat yang dibentuk melalui peran agama tidak bisa ditandingi oleh semangat persatuan yang dibentuk oleh faktor lainnya. Baik itu suku, kebangsaan, keturunan, maupun keluarga sekalipun.”²⁵⁷

²⁵⁵ Ibid., 162-177.

²⁵⁶ Anas Zarqa', "Islamic Economics: An Approach to Human Welfare", dalam *Readings in The Concept and Methodology of Islamic Economics*, (ed.) Aidit Ghazali dan Syed Omar (Petaling Jaya: Pelanduk Publications, 1989), 43.

²⁵⁷ A. Rahman Zainuddin, *Kekuasaan dan Negara: Pemikiran Politik Ibnu Khaldun* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992), 155.

peradaban masyarakat ditentukan oleh gerak *as}a>biah* yang ada dalam diri masyarakat.

Dalam berbagai penjelasan Ibn Khaldun tentang masyarakat, istilah nomaden dan menetap menjadi dua konsep yang selalu muncul. Konsep yang “*pertama* identik dengan keterbelakangan, primitif dan yang *kedua* identik dengan kota, berperadaban, maju (kota). Dua model konsep tersebut kemudian diklasifikasikan oleh Khaldun dari sudut pandang kontrol sosial menjadi dua tipe yakni; *bada>wah* dan *h}ada>rah*. *Bada>wah* adalah konsep masyarakat dengan *as}a>biah* yang kuat, cenderung primitif, desa dan nomaden. Istilah *bada>wah* sesungguhnya dikembangkan oleh Khaldun dari pengamatannya terhadap masyarakat Badui yang bersifat nomade, primitif tetapi sangat kuat solidaritasnya. Sedangkan konsep *h}ada>rah* merupakan manifestasi dari suatu peradaban masyarakat yang lebih kompleks, menetap, bersifat kota, solidaritas lemah tetapi berperadaban. Di kalangan masyarakat *bada>wah* menurut Khaldun, hubungan darah lebih diutamakan sehingga kontrol sosialnya masih cukup tinggi. Sebaliknya, dalam masyarakat *h}ada>rah* yang berperadaban, kontrol sosial jauh lebih rendah.”²⁶²

Pengklasifikasian masyarakat “*bada>wah* dan *h}ada>rah* ini secara sosiologis di dasarkan pada *as}a>biah* yang berkembang dalam masyarakat dengan asumsi bahwa pada masyarakat *badawah*, *as}a>biah* masih sangat kuat sedangkan pada masyarakat *h}ada>rah*,

²⁶² Fuad Baali, *Ibn Khaldun dan Pola Pemikiran Islam* (Jakarta: Pustaka Firdaus. 1989), 45.

Akbar S. Ahmed mengatakan bahwa “solidaritas sosial yakni merupakan inti dari organisasi sosial (kata dasarnya dalam bahasa Arab berarti loyalitas dan kohesivitas kelompok) *as/la>biah* mengikat kelompok- kelompok menjadi satu melalui sebuah bahasa, budaya, dan peraturan. Ketika masyarakat dalam tingkat-tingkat yang berbeda: keluarga, klan, suku, kerajaan, dan bangsa, secara dasar berusaha mendekati perilaku yang ideal, masyarakat berfungsi secara normatif dan merupakan sebuah kesatuan.”²⁶⁴ “Elemen dasar solidaritas sosial dapat di bangun atas 3 hubungan; (1) hubungan darah; (2) hubungan persahabatan atau klien dan persamaan nasib; (3) otoritas pemimpin.”²⁶⁵

²⁶³Khairul Amin, “*Bada>wah & H>ada>Rah*: Konsep Sosiologi Ibn Khaldun”, *Jurnal Sosiologi Agama* Vol. 12, No. 1, (Januari-Juni 2018), 85-98.

²⁶⁴ Ahmad, Akbar S, *Islam Tertuduh Kambing Hitam di Tengah Kekerasan Global* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2003), 129

²⁶⁵Sulasman dan Rusmana, Dadan., *Filsafat Sosial Budaya di Dunia Islam* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), 186.

Di kalangan para ahli sudah banyak yang mengakui akan kontribusi Ibn Khaldun terhadap sosiologi. Seperti telah disebutkan sebelumnya “Bryan S. Turner mengakui Ibn Khaldun disebut sebagai “bapak sosiologi”. Sejumlah sarjana Barat pada abad ke 19 mengenal Ibn Khaldun sebagai pendiri sosiologi (Von Kremer, 1879; Flint 1893; Gumplowicz, 1928; Maunier, 1913; Oppenheimer, 1922; Ortega Y. Gasset, 1976). Becker & Barnes dalam *Social Thought from Lore to Science* (1938), mencurahkan banyak halaman untuk mendiskusikan ide-ide Ibn Khaldun, mengetahui bahwa Ibn Khaldun adalah orang pertama yang menerapkan ide-ide modern dalam sejarah sosiologi.”²⁷¹

²⁷¹ Sahrul Maududi, *Ibnu Khaldun Perintis Kajian Ilmu Sosial Modern* (Jakarta: Dian Rakyat, 2012), 98.

c. $As \} a > b$ *iah* di Bidang Negara

d. *Asyiah* di Bidang Politik

Seperti diungkapkan worsley: “Kita dapat dikatakan bertindak secara politis apabila kita menghalangi orang lain sehingga kita

280 Ibid.

e. *As}a>biah* di Bidang ekonomi

Ibnu Khaldun menjelaskan “manusia tidak akan mampu untuk hidup sendiri, dia akan membutuhkan orang lain. Manusia tidak dapat berbuat banyak tanpa bergabung dengan beberapa

²⁸² Irfan Syauqi Beik dan Laily Dwi Arsyianti, “Analisa Ekonomi Pertanian Ibnu Khaldun ” *Iqtishadia*, Jurnal Ekonomi Islam, 30 (September 2010), 152

Komunitas diartikan secara luas, “baik komunitas tradisional maupun komunitas modern. Ibnu Khaldun menyebutnya sebagai *bada>wah* dan *h}ada>rah*. Jika dikaitkan dengan ekonomi maka teori ashabiyah akan menjadi “ekonomi berbasis komunitas”, “berbasis *bada>wah* (komunitas tradisional, desa) dan berbasis *h}ada>rah* (komunitas modern, kota)”, dengan pembagian kerja di dalam komunitas masing-masing.”²⁸⁴ *Bada>wah* adalah budaya hidup berpindah-pindah, lawan dari *h}ada>rah* yaitu budaya hidup menetap. Ibnu Khaldun, dalam kedudukannya sebagai individu, manusia diciptakan dalam keadaan lemah dan membutuhkan bantuan orang lain (*ta’a>wu>n*).

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

²⁸⁴ Ibn Khaldun, *Muqaddimah*, terj. Ahmadie Thoha, 299.

Termasuk dalam kategori ini, antara lain; pertama, *etika eudamonia*, bahwa baik buruknya tindakan manusia dilihat dari sejauh mana ia mampu mengantarkan sipelaku pada kebahagiaan tertinggi. Tokoh utamanya adalah Aristoteles, kedua, *etika egoisme*, bahwa baik buruk perbuatan individu diukur dari kemampuannya meningkatkan kesejahteraan, kebahagiaan dan kepentingan pribadi sipelaku. Ketiga, *etika utilitarianisme*, bahwa benar salahnya perbuatan dilihat pada dampaknya dalam memberikan sebanyak mungkin kebaikan, pada diri pelaku dan kebaikan kepada sebanyak mungkin orang lain. Etika *utilitarianisme* adalah yang lebih banyak mendapat perhatian pada penelitian ini karena ada hubungannya dengan kehidupan sosial ekonomi.

²⁸⁶ Dalam kaitannya dengan sumber pengambilan keputusan moral. Ada tiga kelompok pemikiran dalam masalah ini. (1) Antara ekspresi dan tuntutan (*assertion*). Menurut kelompok ini, sebuah tindakan adalah wujud dari ekspresi langsung dari pelaku atau sikap yang tanpa harus dipikir lebih dulu. (2) Antara pernyataan dari rasa pelaku (*personal taste*) dan pilihan-pilihan yang dihadapi pelaku (*personal preference*). Menurut kelompok ini, sumber tindakan moral bukan *gharizah* atau kondisi tertentu melainkan pada perasaan yang bersangkutan. (3) Antara subjektif dan objektif. Menurut kelompok ini, moralitas lebih merupakan penilaian subjektif pelaku. Misalnya, ketika seseorang mengatakan bahwa sesuatu adalah baik atau buruk, itu adalah subjektif. Sebaliknya, menurut yang lain, moralitas adalah objektif, sesuai dengan kondisi yang ada. Misalnya, ketika seseorang menyatakan meja itu hijau, adalah karena kondisi riil meja adalah hijau. Lihat John Horpers, *An Introduction to Philosophical Analysis* (London, Reuledge, 1996), 338-341.

Etika dalam hubungannya dengan hukum (*law*). Dalam hal ini muncul berbagai teori. Antara lain: “Teori hukuman (*punishment*), bahwa yang berbuat salah mesti dihukum, bisa berupa pemberian ganti rugi (*retribution*), memberi balas jasa (*restitution*), atau memberi manfaat pada yang *dizalimi* (*utilitarian*). Teori tanggung jawab (*responsibility*), bahwa siapa yang berbuat harus mempertanggung jawabkan perbuatannya. Teori kesengajaan berbuat (*intentionalacts*) dan ketidak sengaja bertindak (*unintentionalacts*), bahwa berkaitan dengan hukum, perlu dilihat apakah tindakan tersebut disengaja (direncanakan) atau tidak direncanakan.”²⁸⁷

²⁸⁷ John Hospers, *An Introduction to Philosophical Analysis*, 383-398.

Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil, sehingga seluruh bentuk transaksi yang menimbulkan ketidakadilan dilarang, yaitu: “*Talaqqirukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong di pinggir kota akan memperoleh keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari daerah pinggiran atau kampung akan harga yang berlaku di kota. Mencegah masuknya pedagang desa ke kota ini (entry barrier), akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif. Mengurangi timbangan atau sukatan dilarang, karena barang dijual dengan harga yang sama untuk jumlah yang lebih sedikit. Menyembunyikan barang cacat karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk. Transaksi *Najasy* dilarang, karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawarkan dengan harga tinggi agar orang lain tertarik. *Ikhtikar* dilarang, karena bermaksud mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. *Ghaban Fahisy* dilarang, karena menjual di atas harga pasar.”²⁸⁸

Terdapat empat aksioma etika bisnis, yaitu: Tauhid merupakan “wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk

[illegible]

SOCIAL CAPITAL DALAM BISNIS PENGUSAHA TIONGHOA
MUSLIM DI KOTA KEDIRI

1. Potensi Kawasan Ekonomi

Di Kota Kediri terdapat “sungai Brantas sepanjang 7 km yang mengalir dari arah selatan ke arah utara seolah-olah membelah kota Kediri menjadi wilayah barat (Kecamatan Mojoroto) dan wilayah timur (kecamatan Kota dan kecamatan Pesantren). Selain itu terdapat Sungai Kresek sepanjang 9 km; Sungai Parang sepanjang 7,5 km; Sungai Ngampel sepanjang 4,5 km dan Sungai Kedak sepanjang 8 km. Kecamatan Mojoroto memiliki sumber mata air dengan debit paling besar adalah mata air Sendang (0–60 liter/ detik). Kecamatan Pesantren memiliki 14 sumber mata air dengan debit paling besar

[illegible]

Kota Kediri yang berada di jalur transportasi regional antara Surabaya dengan Tulungagung, Nganjuk, Blitar dan Malang telah ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) yang berfungsi untuk mendorong sistem perkotaan sebagai pusat pelayanan sekunder. Kota Kediri merupakan pusat industri, jasa, perdagangan, pendidikan dan pariwisata secara regional. Sehubungan dengan kondisi tersebut, Kota Kediri memiliki kawasan-kawasan strategis yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan sesuai dengan potensinya masing-masing, sebagai berikut :

Kawasan-kawasan strategis di Kota Kediri yang akan dikembangkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi adalah sebagai berikut²⁹⁶:

²⁹⁵ Shanti, Pegawai Disperindag Kota Kediri, *Wawancara* di Kota Kediri 10 September 2019

[illegible]

2) Kawasan Industri

3). Kawasan Pariwisata

²⁹⁷ Yogi, *Wawanara* di Kota Kediri, 09 September 2019

[illegible]

Ijo.”³⁰⁰

a. Jumlah Penduduk

90.038.”³⁰¹

301 Ibid.

D3 sebanyak 4.876 orang, lulus S1/D4 sebanyak 24.430 orang, sebanyak 1.777 dan s3 sebanyak 64 orang, ini adalah gambaran yang sangat mengembirakan terhadap kualitas dan kondisi pendidikan di kota Kediri.”³⁰²

D3 sebanyak 4.876 orang, lulus S1/D4 sebanyak 24.430 orang, sebanyak 1.777 dan s3 sebanyak 64 orang, ini adalah gambaran yang sangat mengembirakan terhadap kualitas dan kondisi pendidikan di kota Kediri.”³⁰²

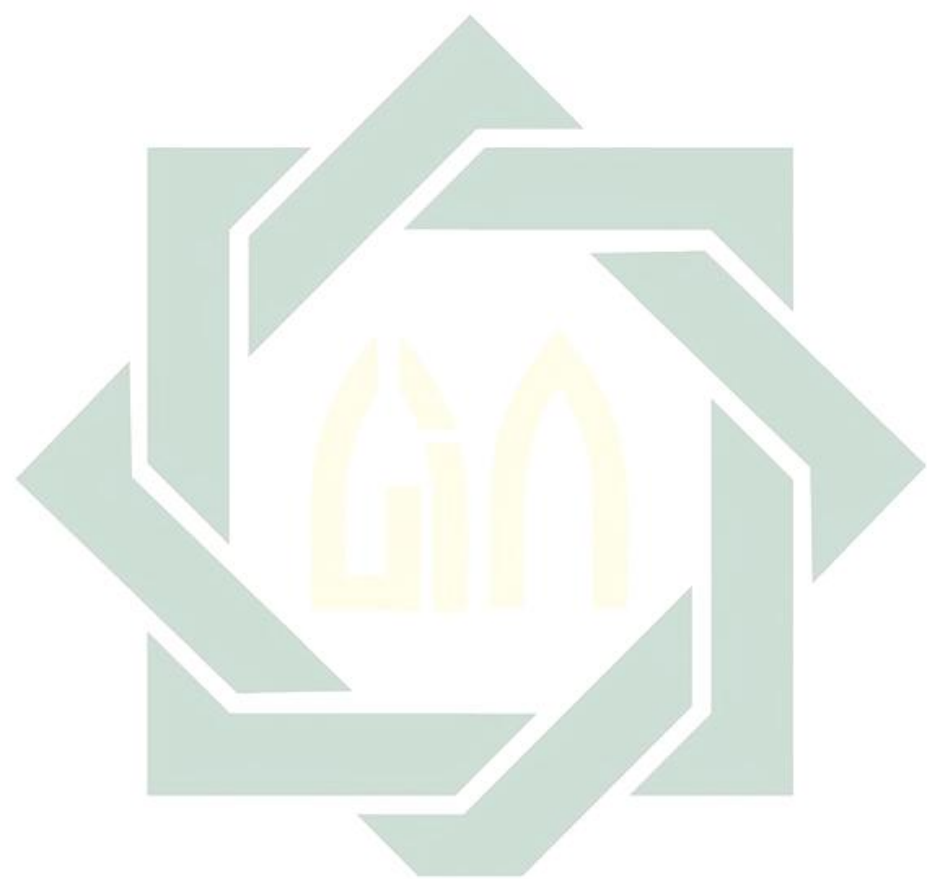


Table 3.1
Jumlah Penduduk Menurut Usia Dan Jenis Kelamin
Semester II 2018³⁰³

NO	USIA	MOJOROTO			KOTA			PESANTREN		JUMLAH	
		L	P	L+P	L	P	L+P	L	P	L+P	
1	0-4	3.813	3.601	7.414	2.954	2.875	5.829	3.138	2.857	5.995	19.238
2	5-9	4.752	4.403	9.155	3.770	3.482	7.252	3.840	3.626	7.466	23.873
3	10-14	4.779	4.729	9.508	3.758	3.568	7.326	3.844	3.803	7.647	24.481
4	15-19	4.577	4.440	9.017	3.550	3.368	6.918	3.589	3.496	7.085	23.020
5	20-24	3.955	3.786	7.741	3.133	3.068	6.201	3.080	3.078	6.158	20.100
6	25-29	3.855	3.773	7.628	3.046	2.999	6.045	2.901	2.862	5.763	19.436
7	30-34	4.061	4.154	8.215	3.317	3.378	6.695	3.138	3.203	6.341	21.251
8	35-39	4.839	4.654	9.493	4.031	3.772	7.803	3.866	3.889	7.755	25.051
9	40-44	4.339	4.143	8.482	3.384	3.239	6.623	3.525	3.387	6.912	22.017
10	45-49	4.021	3.925	7.946	3.166	3.206	6.372	3.391	3.203	6.594	20.912
11	50-54	3.510	3.839	7.349	2.825	3.202	6.027	2.939	3.023	5.962	19.338
12	55-59	2.949	3.309	6.258	2.536	3.029	5.565	2.407	2.712	5.119	16.942
13	60-64	2.350	2.540	4.890	2.212	2.550	4.762	1.934	2.081	4.015	13.667
14	65-69	1.472	1.585	3.057	1.444	1.613	3.057	1.329	1.362	2.691	8.805
15	70-74	889	1.184	2.073	825	1.123	1.948	827	1.039	1.866	5.887
16	>75	1.231	1.809	3.040	1.106	1.935	3.041	1.154	1.515	2.669	8.750
JUMLAH		55.392	55.874	111.266	45.057	46.407	91.464	44.902	45.136	90.038	292.768

³⁰³ Yogi, Wawanara di Kota Kediri, 09 September 2019

Tabel 3.2

Jumlah Penduduk Berdasar Pendidikan Per Kecamatan 2018³⁰⁴

NO	KECAMATAN	SD	SMP	SMA	D1/D2	D3	DIV / S1	S2	S3	JUMLAH PENDUDUK
1	MOJOROTO	18.027	17.295	32.222	819	1.850	9.727	756	27	111.266
2	KOTA	12.836	14.443	28.246	710	1.688	8.510	589	25	91.464
3	PESANTREN	17.266	15.078	24.186	571	1.338	6.201	432	12	90.038
JUMLAH		48.129	46.816	84.654	2.100	4.876	24.438	1.777	64	292.768

³⁰⁴ Yogi, Wawanara di Kota Kediri, 09 September 2019

b. Penduduk dan Ketenagakerjaan

Aspek ketenagakerjaan menjadi kunci pembangunan sosial yang sangat menentukan keberhasilan proses pembangunan itu sendiri. “Problem sosial-ekonomi akan semakin kompleks apabila SDM pada usia produktif ternyata lebih banyak yang menjadi pengangguran. Tiadanya lapangan kerja serta tidak adanya kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja mandiri akan menimbulkan permasalahan-permasalahan sosial-ekonomi yang kompleks.”³⁰⁵

Persentase penduduk bekerja baik laki-laki maupun perempuan berkisar pada angka 94 sampai 96 persen. Sementara itu “komposisi bukan angkatan kerja secara ekonomi terdiri atas 51,40 persen penduduk usia kerja yang mengurus rumah tangga, 36,48 persen sedang bersekolah, dan 12,12 persen melakukan kegiatan lainnya. Ada perbedaan komposisi pada penduduk laki-laki dan perempuan. Pada penduduk laki-laki komposisi terbesar bukan angkatan kerja adalah sedang bersekolah 55,79 persen, sementara pada penduduk perempuan yang terbesar adalah mengurus rumah tangga 65,80 persen. Dilihat dari pendidikan yang ditamatkan, 63,73 persen penduduk bekerja berpendidikan SLTA ke atas. Sementara itu persentase pengangguran terbuka yang berpendidikan SLTA justru sedikit lebih tinggi, yaitu 87,52 persen.”³⁰⁶

Lapangan pekerjaan utama yang paling banyak menyerap tenaga kerja adalah “sektor perdagangan, rumah makan, dan hotel. Persentase penduduk yang bekerja pada sektor tersebut mencapai 34,57 persen. Sektor lain yang

³⁰⁵ Pipik, *Wawancara* di Kota Kediri 11 September 2019

306 Ibid.

juga banyak menyerap tenaga kerja adalah sektor jasa, menyerap 27,89 persen tenaga kerja yang ada. Dilihat dari status pekerjaan utama 54,46 persen penduduk bekerja sebagai buruh/karyawan/pegawai. Hanya 19,94 persen yang melakukan usaha sendiri, dan 8,32 persen menjalankan usaha dengan dibantu buruh maupun tenaga kerja keluarga. Sementara itu jumlah pekerja bebas dan pekerja keluarga masing-masing 5,64 persen dan 6,64 persen.”³⁰⁷

Pada tahun 2018, terjadi perkembangan yang signifikan sebagai berikut:

Table 3.3

Jumlah Penduduk Berdasar Pekerjaan Per Kecamatan 2018³⁰⁸

NO	KECAMATAN	MOJOROTO	KOTA	PESANTREN	JUMLAH
1	BELUM/TIDAK BEKERJA	21.356	18.066	17.755	57.177
2	MENGURUS RUMAH TANGGA	15.120	12.995	12.298	40.413
3	PELAJAR/MAHASISWA	23.208	17.596	17.449	58.253
4	PENSIUNAN	2.151	1.831	1.294	5.276
5	PEGAWAI NEGERI SIPIL	2.896	1.758	1.637	6.291
6	TENTARA NASIONAL INDONESIA	425	270	135	830
7	KEPOLISIAN RI	471	221	187	879
8	PERDAGANGAN	103	214	129	446
9	PETANI/PEKEBUN	465	261	940	1.666
10	PETERNAK	10	14	17	41
11	NELAYAN/PERIKANAN	1	4	4	9
12	INDUSTRI	42	93	36	171

³⁰⁷ Yogi, *Wawanara* di Kota Kediri, 09 September 2019

³⁰⁸ Ibid.

13	KONSTRUKSI	14	16	15	45
14	TRANSPORTASI	73	189	145	407
15	KARYAWAN SWASTA	18.190	16.835	14.478	49.503
16	KARYAWAN BUMN	662	400	517	1.579
17	KARYAWAN BUMD	59	68	52	179
18	KARYAWAN HONORER	470	333	258	1.061
19	BURUH HARIAN LEPAS	1.945	2.681	2.513	7.139
20	BURUH TANI/PERKEBUNAN	400	261	1.087	1.748
21	BURUH NELAYAN/PERIKANAN	-	-	1	1
22	BURUH PETERNAKAN	3	5	5	13
23	PEMBANTU RUMAH TANGGA	158	246	151	555
24	TUKANG CUKUR	8	19	9	36
25	TUKANG LISTRIK	8	23	5	36
26	TUKANG BATU	371	304	409	1.084
27	TUKANG KAYU	136	96	67	299
28	TUKANG SOL SEPATU	1	5	8	14
29	TUKANG LAS/PANDAI BESI	13	31	26	70
30	TUKANG JAHIT	195	205	122	522
31	TUKANG GIGI	2	1	-	3
32	PENATA RIAS	5	15	10	30
33	PENATA BUSANA	1	1	-	2
34	PENATA RAMBUT	11	15	6	32
35	MEKANIK	38	103	73	214
36	SENIMAN	16	21	19	56
37	TABIB	3	6	2	11
38	PARAJI	2	11	1	14
39	PERANCANG BUSANA	-	2	1	3
40	PENTERJEMAH	1	1	2	4

41	IMAM MESJID	2	3	-	5
42	PENDETA	21	53	26	100
43	PASTOR	3	2	-	5
44	WARTAWAN	26	11	6	43
45	USTADZ/MUBALIGH	13	19	15	47
46	JURU MASAK	4	14	1	19
47	PROMOTOR ACARA	-	-	-	-
48	ANGGOTA DPR-RI	-	-	-	-
49	ANGGOTA DPD	-	-	-	-
50	ANGGOTA BPK	-	-	-	-
51	PRESIDEN	-	-	-	-
52	WAKIL PRESIDEN	-	-	-	-
53	ANGGOTA MAHKAMAH KONSTITUSI	-	-	-	-
54	ANGGOTA KABINET/KEMENTERIAN	-	-	-	-
55	DUTA BESAR	-	-	-	-
56	GUBERNUR	-	-	-	-
57	WAKIL GUBERNUR	-	-	-	-
58	BUPATI	-	-	-	-
59	WAKIL BUPATI	-	-	-	-
60	WALIKOTA	-	1	-	1
61	WAKIL WALIKOTA	1	-	-	1
62	ANGGOTA DPRD PROVINSI	-	-	-	-
63	ANGGOTA DPRD KABUPATEN/KOTA	9	8	7	24
64	DOSEN	264	175	141	580
65	GURU	1.807	1.149	991	3.947
66	PILOT	-	1	-	1
67	PENGACARA	8	12	6	26
68	NOTARIS	10	11	6	27

“Upah minimum kota Kediri Berdasarkan Keputusan Gubernur Jawa Timur Nomor 188/665/KPTS/013/2018 tentang UMK 2019 untuk 38 kabupaten dan kota di Jawa Timur, ditetapkan bahwa UMK kota Kediri adalah sebesar Rp 1.899.294,78.”³¹⁰

“Dari enam agama yang diakui, Islam adalah agama yang paling banyak dianut di Kota Kediri. Sebanyak 91,56 persen penduduk adalah Muslim. Agama terbesar kedua adalah Kristen dengan penganut 5,71 persen. Sementara itu jumlah penganut agama Katholik mencapai 2,22 persen dan 0,51 persen sisanya adalah penduduk yang beragama Hindu, Budha, Khonghucu, dan penganut kepercayaan. Karena pemeluk Islam adalah mayoritas, maka empat ibadah yang paling banyak ditemui di Kota Kediri adalah masjid dan mushola. Jumlah masjid dan mushola sekitar 259 dan 617 buah. Sementara itu jumlah gereja Kristen Protestan sekitar 54 buah, gereja Katholik 3 buah, pura 1 buah dan vihara 2 buah.”³¹¹

³¹¹ Pipik, *Wawancara* di Kota Kediri 11 September 2019

“Iklim investasi Kota Kediri sangat menggembirakan. Hal ini karena

315 Ibid.

“Adanya kepastian kapan selesainya perizinan ditambah dengan situasi serta kondisi sosial kemasyarakatan yang amat kondusif membuat investor menanamkan modalnya. Kemudahan layanan lainnya, tambah dia, yaitu dengan model layanan jemput bola yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTST) Kota Kediri. Masyarakat bisa dilayani hingga 24 jam dan selama satu pekan, sehingga semua bisa terlayani dengan baik. Bahkan, apabila surat perizinan telah terbit, pemohon tidak perlu mengambil sendiri ke DPMPTST. Pemohon menunggu di rumah saja karena surat akan diantar ke alamat pemohon via pos.”³¹⁸

³¹⁶ Pipik, *Wawancara* di Kota Kediri 11 September 2019.

³¹⁷Ibid.

³¹⁸ Ibid.

bisa lebih cepat selesai dan calon investor bisa secepatnya membuka usahanya di kota ini. Sistem OSS (*online single submission*), merupakan model pelayanan perizinan secara elektronik. Dengan model ini proses perizinan bisa selesai dalam waktu satu jam. OSS juga telah diatur dalam PP Nomor 24 Tahun 2018. Sistem ini sama seperti pelayanan terpadu satu pintu. OSS ini merupakan langkah pemerintah dalam menyederhanakan perizinan berusaha dan menciptakan model perizinan terintegrasi yang cepat, murah, dan memberi kepastian.”³¹⁹

c. Industri

“Menurut data dari Kantor Perdagangan dan Perindustrian Kota Kediri jumlah perusahaan industri di Kota Kediri tahun 2017 sebanyak 291 perusahaan. Klasifikasi industri pengolahan di Kota Kediri didominasi oleh makanan yaitu sebanyak 191 unit. Industri jasa reparasi dan pemasangan mesin dan peralatan menduduki peringkat kedua dengan jumlah 52 unit. Industri pengolahan di Kota Kediri mampu menyerap 38.194 tenaga kerja. Pengolahan tembakau adalah klasifikasi industri yang paling banyak menyerap tenaga kerja, yaitu 35.900 tenaga kerja (93,99%). Industri makanan mampu menyerap 1.686 tenaga kerja (4,41%). Dilihat dari nilai produksi, klasifikasi industri tembakau menduduki peringkat pertama dengan nilai 4.231,88 triliun rupiah. Sementara itu nilai produksi industri makanan adalah 143,77 miliar rupiah.”³²⁰

Pertumbuhan industri kecil menengah di Kota Kediri, Jawa Timur, yang semakin signifikan menunjukkan bahwa perekonomian di wilayah ini

³¹⁹ Pipik, *Wawancara* di Kota Kediri 11 September 2019.

³²⁰ Shanty, *Wawancara* di Kediri 15 Oktober 2019

Terkait dengan pasar grosir, “pengaruhnya tidak signifikan dengan kenaikan dolar AS. Kami yakin pada 2019 perekonomian akan terus merangkak naik, tetapi teman-teman pedagang juga harus mengembangkan roda usahanya, tidak boleh stagnan.”³²³

Di Kota Kediri, program pengendalian inflasi juga relatif bagus, sehingga mendapat penghargaan TPID Terbaik se-Jawa Bali pada 2017. Sementara pada Mei dan Agustus 2018, Kota Kediri mengalami deflasi sebesar 0,17 persen dan 0,10 persen. Bahkan, jumlah dunia usaha juga semakin banyak. Hingga kini, tercatat 583 badan usaha dan 14.030 orang tenaga kerja di Kota Kediri. Jumlah penduduk di kota ini lebih kurang 284.003 orang, dengan angkatan kerja perempuan 57.406 dan partisipasi angkatan kerja 52,34 persen. Pemerintah juga berupaya mendorong agar

323 Ibid.

“Profil ekonomi diatas menggambarkan beberapa hal antara lain bahwa: perekonomian kota Kediri cukup kondusif untuk dunia bisnis dan investasi. Jika dilihat dari pelaku bisnis bahwa hampir 80 % dari industry besar, menengah dan kecil dikuasai oleh Etnis Tionghoa dan 15 % diantara mereka adalah pengusaha muslim Tionghoa.”³³¹

1. Sejarah Pecinan Kota Kediri

³²⁹ Shanty, *Wawancara* di Kediri 15 Oktober 2019.
³³⁰ Ibid.
³³¹ *Observasi*, di KotaKediri, 11 Nopember 2019

330 Ibid.

³³¹ *Observasi*, di KotaKediri, 11 Nopember 2019

menjadi satu jalur, sehingga terkesan sepi, hanya ramai orang mencari oleh-oleh khas kota Kediri saja yang lewat.

“Jalan Kelenteng³³⁵ atau jalan Yos Sudarso sekarang terkenal dengan pedagang kain batik, bahkan dulunya adalah sentral perdagangan batik. Selain batik, warga Pecinan juga berdagang lainnya. Mulai emas, peralatan dari kuningan, dan penjual tahu sehingga rata-rata mereka adalah pedagang. Jalan Patimura, atau sisi timur Sumurbor, juga banyak pedagang keturunan Tionghoa. Namun, tempat itu bukan dikenal sebagai Pecinan. Banyaknya warga Tionghoa di tempat itu karena wilayah Jalan Kelenteng dulu sering banjir. Akhirnya mereka pun memilih pindah ke sisi timur. Banjir pada 1954. Tingginya air saat itu mencapai 140 centimeter”³³⁶

Seiring berjalannya waktu, kawasan Pecinan di Kota Kediri pun ikut berkembang. Kawasan yang dulunya tidak ada struktur administratif, kemudian dibagi menjadi dua *Lotia*. Sebagaimana disampaikan ketua Klenteng selanjutnya bahwa:

“Kawasan Pecinan dipimpin oleh *kapiten*. Perlahan, kawasan Pecinan yang ada di sekitar Kelenteng *Tjoe Hwie Kiong* pada zaman kolonial Belanda terus berkembang. Akhirnya, dilakukanlah pembagian wilayah. Nama wilayah tersebut adalah *Lotia* atau saat ini setara dengan kelurahan. Ada dua *Lotia* pada masa itu, yakni di wilayah utara yang disebut dengan *Lotia Khing Siang* dan wilayah selatan adalah *Lotia Liong Gwan*. Untuk memimpin kawasan yang sudah dibagi itulah, pemerintah kolonial Belanda akhirnya mengangkat seseorang. Lalu, dipilihlah Djie Ting Hian yang diberi gelar *Kapiten*.”³³⁷

Tapi gelar Kapiten di sini bukan merupakan militer. Sosok Dje Ting Hian sendiri dipilih karena dia memiliki jiwa sosial yang cukup tinggi di antara komunitas keturunan Tionghoa saat itu. Tak hanya itu, Dje Ting

³³⁵ Dinamai jalan Klenteng karena terdapat klenteng Tjoe Hwie Kiong, sebagai kuil penganut agama Tao di kota Kediri yang terletak di Jlan Yos Sudarso No. 148, Pakelan kota Kediri Jawa Timur. Jalan Kelentengpun berubah menjadi Jalan Sultan Agung hingga sekarang menjadi Jalan Yos Sudarso, Prayitno Sutikno, Kepala Klenteng Tjoe Hwie Kiong, *Wawancara*, Kediri, 30 Agustus 2019

³³⁶Ibid.

³³⁷ Ibid.

“Lokasinya ada di daerah yang kini merupakan Jalan Yos Sudarso.Hingga akhirnya kawasan Pecinan itu terus berkembang hingga ke wilayah di Kelurahan Pakelan. Atas dasar itu pula, dewa utama yang disembah di Kelenteng Tjoe Hwie Kiong adalah Makco.Makco Thian Shang Zen Mu merupakan Dewi Samudera.Ini dikarenakan pada masa lampau para saudagar Tingkok tersebut merupakan para pelaut andal yang berasal dari Surabaya. Karena banyaknya pelaut Tingkok yang beribadah di kelenteng.Sehingga doa ditujukan kepada Makco.”³⁵⁵

Jiwa pedagang para keturunan Tionghoa masih kental di Kediri ini. Lebih di sekitar Pecinan tersebut. Sebagaimana di kota lain bahwa warga Tionghoa di kota Kediri masih dianggap (*stereotip*) sebagai orang

355 Ibid.

Kristen. Di kesehariannya dikenal sebagai pengusaha muslim yang sangat dekat dengan para kyai di kota Kediri dan sekitarnya.³⁶³

Sebagai urban dan berdagang memiliki kisah yang cukup panjang, beliau adalah dilahirkan dari suku Fang dan ayahnya mengawali bisnis dari penjual emas keliling sehingga ketemu jodoh Cik Lin yang merupakan putrid seorang keturunan Jawa dari desa Banyakan Kediri, nenek beliau Wiji adalah asli dari Banyakan namun kemudian beliau punya ayah angkat dari keturunan jawa juga sebagai pekerja di Pabrik kopi Brontoseno Kediri.³⁶⁴ namun semua anaknya baru mengetahui cerita itu setelah semua orang tuanya telah meninggal dan bapak aslinya kembali ke Tiongkok. Kedekatan dan kedermawanan beliau dengan para ulama dan Kyai ini menjadikan dia banyak mendapatkan respon positif dari kalangan muslim.

Pola komunikasinya yang *simple* dan *to the point* merupakan salah satu ciri yang membuat dirinya disegani dan mendapatkan kepercayaan sebagai pengusaha tidak suka basa-basi. Kedermawannya bukan hanya diakui oleh para warga *nahdliyin* saja namun beberapa jamaah masjid Auliya Sentono Gedong (Syekh Washil) yang dekat dengan rumahnya di jl. Dhoho 82 Setono Gedong kecamatan Kota, Kota Kediri selalu menunggu kedatangannya saat hari juma'at, saat beliau datang untuk sholat jumat biasanya selalu bagi-bagi uang sehingga selalu dinantikan para jamaah di masjid tersebut. Sebagai pengusaha oleh para pegawai dan mitra bisnisnya dikenal sebagai pribadi yang disiplin, teliti, pekerja

³⁶³ Rahmad, General Manager Aries Motor Kediri, *Wawancara*, Kediri, 1 Oktober 2019

³⁶⁴ Eko Aris Santosa, putra H. Aris, *Wawancara*, Kediri, 4 Oktober 2019.

keras, dan baik dengan para pegawainya sehingga rata-rata pegawainya bekerja hingga puluhan tahun”.³⁶⁵

hidupnya untuk survive dalam bisnis dimulai dari harus sering makan bubur ikan asin.³⁶⁶

Perjuangan mencari pinjaman uang untuk bisa memulai karir di dunia trael dimulai dari mengajukan pinjaman ke beberapa teman Tionghoa daerah Klenteng, namun usahanya tidak mendapatkan respon,³⁶⁷ hingga dia dipertemukan dengan istri dari H. Aris yang kemudian meminjaminya uang untuk membeli sebuah mobil bak. Berbekal mobil bak itulah dia memulai bekerja sebagai sopir angkutan barang dan sayuran dari desa Banyakan hingga Bolawen kabupaten Kediri. pelayanan, ongkos yang terjangkau dan kegigihanya dalam bekerja menjadikan dia sukses hingga bisa melunasi hutangnya dan mendapatkan banyak tabungan. Namun naluri bisnisnya yang pandai mencari peluang membuatnya sambil menjadi sopir dia juga menjadi makelar/ perantara tanah, keberanian dan kepandaianya dalam bernegoisasi membuatnya mampu mendapatkan laba banyak dari pekerjaan ini, hingga kini bisnisnya terus berkembang dan telah menghasilkan banyak investasi dimasa tuanya".³⁶⁸

c. Sudjono Teguh Wijaya

Seorang tokoh Pengusaha Tionghoa berikutnya adalah Sudjono

Teguh Wijaya, adalah pengusaha muslim yang berikrar mualaf tahun

³⁶⁶ Pantang bagi orang Tionghoa makan enak sebelum dia sukses. Kalau masih susah maka cukup makan dengan bubur lauk ikan asin hingga suatu saat dia sukses baru boleh makan enak di restoran. H. Alin (Ali Sujarwo) Ketua PITI Kota Kediri, *Wawancara*, Kota Kediri, 1 September 2019.

³⁶⁷ Bahkan menurutnya tidak adanya jaminan adalah salah satu factor sehingga dia sult mencari pinjaman, saat dia ditanya apa kamu punya jaminan? Dia menjawab nyawa adalah jaminanku, maka dijawab oleh yang dipinjami bahwa nyawa orang mlarat gak ada harganya jelasnya menceritakan awal perjuangannya. H. Alin (Ali Sujarwo) Ketua PITI Kota Kediri, *Wawancara*, Kota Kediri, 1 September 2019..

³⁶⁸ H. Alin, *Wawanara*, Kediri, 2 September 2019.

Sudjono Teguh Wijaya, adalah anggota DPRD Kota Kediri periode 2014-2019 dari partai Golkar yang pernah mencalonkan diri sebagai calon wakil wali kota Kediri tahun 2018-2023 merupakan mualaf baru dari etnis Tionghoa yang di Syahadatkan oleh ketua PBNU pada tahun 2017 di kantor PBNU Jakarta. Kepindahan agamanya cukup menjadi banyak perbincangan dikarenakan mendekati momen PILKADA kota Kediri saat dia maju menjadi calon walikota, namun dengan berbagai pertimbangan akhirnya maju menjadi wakil Wali kota bersama Gus Aiz atau Aizudin Abdurrahman yang masih cucu dari pendiri NU KH. Hasyim Asy'ari. Pak Djono adalah sosok *Entrepreneur* yang sudah lama menggeluti bisnis di kota Kediri dan beberapa kota di Indonesia. Di kota Kediri beliau punya Toko Meubel Surya Indah di Jalan Letjen Suprpto 18 Burengan kecamatan Pesantren kota Kediri dan pemilik Surya Taman Wisata di ketami Pesantren kota Kediri dan beberapa bisnis lain seperti Alfamart Burengan Kediri sebagai bagian pemilik saham dan beberapa tempat kos di kota Kediri. Sebagai seorang muslim dia selalu mengedepankan *shadaqah* sebagai *pesugihan* dalam bisnisnya. Dia memiliki andil besar dalam pemberian santunan pendidikan dan kehidupan pada anak yatim di kota Kediri, beliau juga sangat dekat dengan beberapa tokoh ulama di kota Kediri diantaranya Gus

Amin Junaidi dekat dengan para Kyai dan termasuk penggagas berdirinya PAUB PK (Paguyuban Antar Umat beragama dan Penghayat Kepercayaan) pada tanggal 8 Juli 1998, yang sekarang masih ada dan berdampingan dengan FKUB kota Kediri.”³⁷³

H. Eko Aris Santosa adalah pengusaha Tionghoa muslim generasi penerus dari H. Aris Santosa. Pribadinya yang *kalem* dan *njawani* hingga peneliti tak melihat wajah Tionghoanya. Dia sering berbaju koko dengan kopyah hitam dengan wajahnya yang nyaris seperti orang Jawa karna tak terlalu *sipit*. Ini ternyata bisa dipahami karena dia adalah *blesteran* Tionghoa dan Jawa (ibnunya asli Kediri).

Eko Aris Santosa, adalah putra pertama dari H. Muhamad Aris Santosa yang muslim diantara 5 bersaudara, sekarang dia adalah Pimpinan Aries Putra Mandiri Motor Nganjuk Jawa Timur, sebagai

³⁷³ Anas Ma'ruf, Pengurus FKUB Kota Kediri, *Wawancara*, Kediri, 11 Oktober 2019

penerus bisnis dibidang Bengkel dan dealer Motor Honda yang didirikan oleh ayahnya. Dia telah aktif didunia bisnis sejak usia kecil ketika membantu ayahnya di Aries Motor Kediri, beberapa prinsip dan semangat bisnisnya adalah warisan ayahnya. Pribadinya yang *njawani* sehingga susah membedakan dia Tionghoa atau Jawa, istrinya adalah wanita asli semarang adalah pribadi yang juga banyak mempengaruhinya dalam pengamalan agama dalam bisnisnya.³⁷⁴

Pendidikan, pendidikan para pengusaha muslim Tionghoa kota Kediri rata-rata tidak terlalu tinggi, sekolah dasar hingga SLTA. Namun mereka lebih mengedepankan pendidikan informal bisnis dari keluarganya. Mereka telah dilibatkan dalam bisnis keluar mulai dari kecil. Mereka biasa membantu keluarganya dalam bisnis dan digaji sebagaimana karyawan lain, namun gajinya ditabungkan dan akan diambil saat mereka siap membuka usaha baru. Dalam pendidikan keluarga selalu ditanamkan kemandirian, kesederhanaan dan kerja keras.

³⁷⁷ *Observasi*, Kota Kediri 1 Nopember 2019.

Berkerja adalah “*passion*”, *hobby* dan kesenangan bagi mereka. Tidak ada kata mengeluh dalam bekerja. Dan tidak ada hari libur dalam bekerja. Karena saat orang libur itu berarti peluang mendapatkan laba lebih tinggi dari hari biasa. Keluarga adalah jaringan paling utama dalam keluarga Tionghoa. Mereka adalah penerus bisnis keluarga. Keluarga adalah segala-galanya dalam segala hal. mereka harus saling membantu dan solidaritas dalam suka dan duka. Pendidikan disesuaikan dengan “kori” atau bakat dalam bisnis”.³⁷⁹

Orang Tionghoa lebih memilih sektor perdagangan ketimbang pertanian. Jika melihat sejarah kehidupan manusia terdahulu kebanyakan orang-orang makmur adalah kaum bangsawan yang memiliki banyak

³⁷⁹ Sudjono Teguh Wijaya, *Wawancara*, Kediri, 30 April 2019.

ramai dan menguntungkan dari segi bisnis. Maka di daerah tersebut bagus secara *Hong Sui* untuk berdagang.

Hokie adalah nilai yang menyangkut peruntungan dan nasib baik. Hokie membimbing orang Tionghoa untuk menyisiati nasib agar selalu mendapat peruntungan. Contoh: jika sang kakek terjun dalam bisnis jual pakaian, maka setiap turunannya harus berjualan pakaian karena memang sudah hokinya di situ. Hal ini dipandang takhayul padahal alasan logisnya adalah dengan menerapkan bisnis keluarga seperti di atas maka relasi akan terbentuk kuat dan ini merupakan keuntungan yang belum tentu dimiliki pengusaha lain.³⁸¹

Sebagai pengusaha, para pengusaha muslim Tionghoa memiliki ciri khas sebagai pedagang yang sangat mengedepankan kekeluargaan, kekerabatan dan harmonisasi dalam bisnis. Bisnis jaringan yang mereka bangun ini dengan konsep *guanxi*.

Potensi jaringan yang ada pada *guanxi* adalah modal tersendiri yang mahal harganya, sebagaimana disampaikan Sudjono:

“Orang Tionghoa selalu membangun jaringan bisnis, Jaringan sosial etnis Tionghoa disebut *guanxi*. *Guanxi* adalah semangat untuk mengembangkan dan melindungi sumber pendapatan keluarga agar kelangsungan hidup dapat terjamin. Dengan semangat ini orang Tionghoa mampu membangun jaringan yang luas dan potensial untuk mengembangkan bisnis. Dalam menambah jaringan orang-orang Tionghoa sangat menentang praktik usaha isolasi (memperkuat diri sendiri). Mereka saling menjual dan membeli produk dagangan sesama mereka, bertukar informasi, meminjam dan memberi pinjaman uang, serta mencari dan memberi saran. Mereka sangat menekankan pentingnya rasa saling percaya.”³⁸²

³⁸¹ *Observasi*, Kota Kediri, 1 Nopember 2019.

³⁸² Sudjono Teguh Wijaya, *Wawancara*, Kediri, 30 April 2019

Keluarga adalah bagian penting dalam *social capital*, itulah yang disampaikan oleh Sudjono selanjutnya:

“Mereka lebih senang memberikan kepercayaan pada keluarga sendiri. Tak heran di beberapa kios orang Tionghoa yang menjadi kasir adalah anak mereka sendiri walau masih berusia anak-anak. Mereka hidup dalam komunitas penuh motivasi Orang-orang Tionghoa sangat sadar untuk meraih kesuksesan dalam segala aspek kehidupan, harus ada dua hal penting, yaitu motivasi dan kemampuan. Jika membandingkan dan berkaca pada keluarga keturunan Tionghoa, mereka memotivasi anak-anaknya untuk mencapai satu tujuan. Hal itu agar mereka mengerti untuk apa mereka melakukannya dan memiliki kemampuan dalam hal pengelolaan. Berbeda dengan keluarga etnis lain yang memotivasi anak mereka hanya sekadar mendapat *reward* atau hadiah”.³⁸³

menggambarkan bahwa mereka adalah orang-orang Tionghoa yang dilahirkan di Kota Kediri. Sebagai orang Tionghoa, mereka memegang budaya dan filosofi *Konfusius*, seperti masih memegang *Feng Shui* dalam tata letak bangunan dan ruang, masih memegang *bejo* dalam hal keberuntungan dagang dan terutama dalam pola jaringan. Etos kerja mereka yang sangat tinggi dan disiplin serta kekuatan tersendiri sebagai jaminan kepercayaan.

1. Membangun Kohesi

Sebagai bagian penting dalam mewujudkan *social capital* yang orang Tionghoa menyebutnya *guanxi* dalam bisnis diperlukan rasa keterikatan atau kohesi dalam komunitas baik keluarga, kolega, sahabat maupun pihak-pihak lain. Dalam membangun kohesi ini Sudjono Teguh Wijaya, menyampaikan pandangannya sebagai berikut:

“Keterikatan, rasa memiliki, solidaritas itu penting dalam bisnis. Dalam bisnis hubungan antara pedagang, konsumen, pihak-pihak terkait dalam perdagangan adalah hubungan yang saling membutuhkan dan saling menguntungkan. Penjual memerlukan dagangannya dibeli, pembeli perlu dagangan untuk kebutuhannya. Penjual harus pandai-pandai memberikan yang terbaik untuk para pembelinya. Pembeli adalah raja. Sebagai raja harus dilayani dengan sebaik-baiknya. Dalam pelayanan harus memuaskan. Kepuasan pembeli adalah tujuan utama dalam prinsip perdagangan. Jika pembeli puas maka akan timbul rasa keterikatan yang kuat dengan penjualnya.”³⁸⁴

[illegible]

“Sebagai orang yang telah lahir di kota Kediri, saya berusaha untuk menjadi *wong Kediri* yang sesungguhnya, sejak kecil saya sudah berpakaian, makan, berkomunikasi selatanya orang Kediri, walau tidak bisa sehalus dan sesopan orang Kediri asli. Orang Kediri identik dengan bahasanya yang halus dan sangat sopan kepada sesamanya. Saya berusaha sekuat tenaga untuk bisa seperti itu, walau kenyataannya sangat sulit karena orang Tionghoa itu terbiasa ngomong apa adanya dan kasar. Tutur katanya ceplas-ceplos dan enderung kurang sopan. Namun dengan mertua seorang tokoh masyarakat dan bergaul bersama dengan para Kyai dan tokoh masyarakat di Kediri lewat Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) kota Kediri dan kumpulan-kumpulan di Forum Kerukunan Antar Umat Beragama (FKUB) kota Kediri mewakili Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) kota Kediri saya berusaha *melebur* dan menjadi satu dengan beliau-beliau sehingga minimal mirip atau mendekati beliau-beliau.”³⁸⁷

³⁸⁷ H. Ali Sujarwo, *Wawancara*, Kediri, 20 April 2019.

hubungan mereka sehingga hubungan ini menciptakan kohesi sosial yang efektif.

Menurut Eko Santosa, Islam adalah penyatu antara muslim Tionghoa dan orang Kediri, dia menyampaikan pendapat sebagai berikut:

“Islam adalah agama yang mengajarkan persamaan, persaudaraan dan saling menghormati, selama ini saya tidak pernah ada masalah dengan komunikasi dan interaksi dengan saudara-saudara sesama muslim walau beda etnis, bahkan saya tidak merasa sebagai orang berbeda dalam etnis karena saya dalam pergaulan keseharian berprinsip “kita sama-sama anak Adam dan Hawa” sehingga tidak ada yang perlu diperdebatkan dan dibedakan lagi. Semua karyawan saya muslim, kita tidak pernah membedakan etnis, konsumen dan mitra bisnis juga mayoritas muslim, ya lancar-lancar saja. Dalam komunikasi dengan para pihak berwenang baik dalam pemerintahan, kepolisian dan pihak-pihak lain selama ini juga lancar-lancar saja. Alhamdulillah”.³⁸⁸

Ketiga, Quality of life approach., Pendekatan ini melihat bahwa kualitas sosial dalam masyarakat dapat dijadikan indikator untuk mengevaluasi kualitas ekonomi dan hubungan sosial mereka. Kualitas sosial ini memiliki empat karakteristik, yaitu kestabilan ekonomi, keterbukaan hubungan sosial, perluasan kohesi sosial dan kebebasan individu. Stabilitas ekonomi dan keterbukaan adalah salah satu faktor yang bisa mendukung terjadinya tumbuh suburnya kohesi sosial dimasyarakat. Dalam pengamatan peneliti bahwa stabilitas ekonomi di Kota Kediri dan keterbukaan dalam beberapa pihak sangat mendukung tumbuh suburnya kohesi sosial

Kota Kediri merupakan kota dengan tingkat stabilitas ekonomi cukup baik, ini ditandai perekonomian berjalan dengan sangat kondusif, tingkat pengangguran cukup rendah. Pada 2018 angka pengangguran di

³⁸⁸ Eko Aris Santosa, *Wawancara*, Nganjuk, 04 Oktober 2019.

Kota Kediri memiliki 3 industri besar yaitu Pabrik rokok Gudang Garam yang menyumbangkan hampir 70 % pendapatannya untuk Kota Kediri dan menyerap tenaga kerja hampir 80 % disusul 2 pabrik Gula. Kemudian Kota Kediri juga memiliki 70 industri menengah dan 674 industri kecil yang tersebar di beberapa tempat di kota Kediri. ini adalah salah satu bentuk kohesi sosial yang dihasilkan dari ekonomi dan keterbukaan masyarakat dalam beraktifitas ekonomi terutama antara etnis Tionghoa dan warga Kediri pada umumnya”.³⁸⁹

Amin Junaidi sebagai pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri merasakan terpenuhinya hak-hak masyarakat akan menjauhkan masyarakat dari kecemburuan sosial dan melahirkan keterikatan, dia mengatakan bahwa:

³⁸⁹ Shanty, *Wawanara*, 12 April. 2019.

3. Norma-Norma dan Nilai dalam Bisnis

Ajaran *Konfucius* berintikan lima kebajikan atau disebut dengan lima sifat kekekalan, yaitu *Ren* (cinta kasih), *Yi* (kebenaran, keadilan), *Li* ritus,

“*Guanxi* dapat pula diartikan sebagai hubungan dasar dalam suatu jaringan yang dipengaruhi oleh hubungan pribadi. Hubungan pribadi yang dimaksud dapat didasari bermacam-macam hubungan, seperti hubungan keluarga, hubungan pertemanan, hubungan alumni sekolah, dan masih banyak lagi termasuk etnisitas yang dapat dijadikan dasar *guanxi*” namun sebagai seorang muslim kita menganggap semua adalah saudara,. Harus saling membantu, *solider* dan peduli kepada sesama.⁴¹⁴

“Dalam *guanxi* terdapat saling pengertian yang bersifat umum. Jika terdapat seseorang yang berada di dalam *guanxi* memerlukan bantuan, maka orang lain yang ada di dalam *guanxi* itu secara otomatis memberikan bantuannya. Jika di masa mendatang orang yang sebelumnya memberikan bantuan memerlukan bantuan, maka orang yang sebelumnya dibantu akan secara otomatis memberikan bantuannya. Transfer ini akan terjadi secara terus menerus dalam bentuk sirkular selama hubungan *guanxi* ini terus terjaga”.⁴¹⁵

⁴¹⁵ Sudjono Teguh Wijaya, *Wawancara*, Kediri 30 Mei 2019

Aplikasi *guanxi* dalam bisnis Tionghoa muslim sebagaimana disampaikan oleh Rinto Harno mitra bisnis pengusaha Tionghoa yang telah lama bekerjasama hampir delapan belas tahun lamanya mengatakan bahwa:

“Di Kota Kediri *guanxi* dalam bisnis pengusaha Tionghoa muslim sebagaimana Etnis Tionghoa pada umumnya juga memiliki peran yang sangat penting. *Guanxi* sebagai potensi untuk menjalin ikatan/ kohesi dalam bisnis, baik itu antar anggota keluarga, kolega bisnis, karyawan, mitra bisnis, sahabat dan beberapa pihak yang mendukung terlaksananya bisnis yang kondusif dan *sustainable*. *Guanxi* adalah garansi akan terselenggaranya kegiatan bisnis yang *simple* karena berdasarkan hubungan dekat dan ikatan kekeluargaan. *Guanxi* juga membuat bisnis menjadi murah karena jaringan informasi dan komunikasi akan didapatkan dengan mudah dan murah, sehingga bisnis akan *effisien*. *Guanxi* akan membuat bisnis menjadi efektif karena jaminan keamanan, keberlangsungan dan keberlanjutan terjaga karena dijalankan oleh orang-orang yang memiliki kedekatan, ikatan emosional dan psikologis”.⁴²¹

Aplikasi *guanxi* para pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri menunjukkan bahwa jejaring yang mereka manfaatkan sangatlah luas, bukan hanya pada keluarga, kerabat atau sesama etnis Tionghoa namun

⁴²¹ Rinto Harno, *Wawanara*, Kediri, 10 Oktober 2019.

“Sepengetahuan saya para pengusaha Tionghoa itu pandai *ngopeni* (memberi layanan terbaik) *kyai*, *ngopeni pondok* dan *cedek* (dekatt) karo wong (dengan orang) NU (*ngopeni/ peduli/ memelihara*). Kepedulian dan kedekatan mereka dengan NU ini dengan pertimbangan bahwa orang NU rata-rata orangnya adalah *positif thinking* kepada siapa saja bahkan cenderung *polos, tulus* dan ikhlas tanpa tendensi apapun dalam pergaulan dan interaksi dengan siapapun termasuk dengan para pengusaha Tionghoa. Di NU juga sangat banyak peluang untuk kerjasama dalam berbagai bidang yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Bentuk kepedulian mereka kepada pada Kyai dan Pesantren biasanya berbentuk bantuan dana atau barang untuk kebutuhan Kyai dan pesantren. Mereka biasanya menumbang dana dan barang untuk acara-acara di pondok pesantren seperti Hafilah akhirussanah, bingkisan untuk kyai pada hari raya Idul Fitri. Bantuan dan kepedulian ini memberikan dampak positif kepada hubungan kedua belah pihak. Kyai sebagai tokoh masyarakat dan santrinya membawa menaruh simpati kepada pengusaha Tionghoa. Demikian juga pengusaha mendapatkan suntikan *trust* dan *image positif* dari masyarakat yang akan sangat membantu terhadap kelangsungan bisnis yang dijalankannya”.⁴³¹

Pernyataan diatas sejalan dengan pendapat pak Sudjono Teguh Wijaya yang mengatakan bahwa Shadakah, zakat atau santunan untuk fakir miskin dan anak yatim adalah *pesugihan* seorang muslim.

“Setelah saya masuk Islam di tahun 2017 saya selalu mengeluarkan zakat, shadakah dan menyantuni anak yatim. Saya punya sekitar 70 anak yatim, mereka saya biyai hidupnya, sekolahnya dan keperluan lainnya. Saya juga keluaran zakat setiap tahun dan aktif memberikan sedekah kepada yang membutuhkan. Shadakah adalah *pesugihan* bagi orang Islam, siapa yang rajin shadakah maka kekayaannya akan berlipat ganda. Memberi kepada orang lain pada dasarnya adalah investasi kita baik di dunia maupun diakhirat. Barang siapa yang rajin bersedekah maka akan dimudahkan segala urusannya”.⁴³²

⁴³² Sudjono Teguh Wijaya, *Wawancara*, Kediri, 30 April 2019.

Sejarah panjang Etnis Tionghoa di Kota Kediri dalam menjalani hidup dan bisnis telah menjadikan mereka pelajaran yang sangat berharga. Sebagai etnis pendatang merka telah mengalami banyak pristiwa yang membuat mereka sadar betapa keluarga bagaimanapun juga adalah bagian terpenting dalam hidupnya. Saat mereka belum banyak memiliki teman, mitra dan kolega dalam bisnis mereka bukanlah siapa-siapa. Mereka adalah pengembara di Kota Kediri dengan misi dagang dan memperbaiki ekonomi keluarga yang ditinggalkan di negara asalnya. Mareka harus berjuang dan gigih untuk menghidupi dirinya dan meyakinkan kepada penduduk Kediri bahwa mereka adalah pedagang dan saudara sesama manusia.

Pemilihan *social capital* sebagai modal utama dalam bisnis para pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri adalah dengan pertimbangan budaya, sosial, filosofi hidup yang mereka yakini. *Social capital* yang mereka yakini sebagai bagian dari ajaran konfusius *guanxi* adalah sekaligus menjadi strategi bisnis pada praktiknya.

[illegible]

Guanxi memiliki sisi kelebihan atau kekuatan, *fleksibilitas* usaha adalah kemampuan para pelaku bisnis untuk merespons peluang dan ancaman yang bersumber dari perubahan lingkungan bisnis secara cepat namun efektif, karena adanya rasa saling percaya di antara mereka untuk membagi informasi serta adanya kemauan untuk bekerjasama demi kepentingan bersama.

Selain itu, penggunaan kontrak legal dan keterlibatan pengacara atau pihak ketiga lainnya dapat dikurangi dengan menjunjung tinggi komitmen bersama tentang kejujuran, *delivery of product/services*, dan kapabilitas perusahaan. Sebagai hasilnya, sumber daya, baik waktu dan uang, yang

[illegible]

“Bekerja harus seperti “bambu”, yaitu semua pihak harus dilibatkan dan saling berkaitan untuk menopang sebuah kesuksesan. Dengan mengambil keuntungan sedikit demi sedikit untuk menguasai pasar. Tak perlu ada peperangan, karena orang yang unggul adalah orang yang memenangi 100 perang, tapi orang terhebat adalah orang yang menguasai pasar tanpa perang hingga tidak perlu ada prajurit yang terluka atau menderita. Dalam bisnis harus berorientasi kepada pelanggan, kepuasan pelanggan adalah kemenangan pelaku bisnis. Berdagang adalah seperti seni bela diri, harus siap menghadapi lawan tapi tidak perlu menyerang. Bisnis adalah seni membangun relasi sehingga berhubungan berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama manusia lebih diutamakan daripada bisnis itu sendiri. Kalau manusianya sudah beres dan bisa menerima maka keuntungan bisnis akan mengikutinya”.⁴³⁸

Dalam berkomunikasi dan negoisasi harus *to the point* dan jelas karena katanya *a word is worth a thousand gold bars* atau sepatah kata layaknya sebuah seribu batangan emas, ini adalah filosofi dalam bisnis, yaitu tidak perlu banyak basa-basi, karena kata-kata adalah memiliki makna yang sangat penting. Berbicara dan bernegoisai yang *simple*, efektif dan efisien adalah salah satu kunci kesuksesan dalam bisnis.⁴³⁹

Sehingga dalam strategi bisnis pengusaha Tionghoa muslim Kota Kediri sebagai pribadi yang mempercayai filosofi bisnis yang diinspirasi dari *Konfucius* antara lain berpola mengedepankan *wisdom*, *harmony*, kebajikan dan *Guangxi* dengan filosofi keseimbangan (*ying yang*), *work smart* (*wu wie*), adaptif, peningkatan dan sustainabilitas (*wu chang*) dari

⁴³⁷ Eko Aris Santosa, *Wawancara*, Kediri, 04 Oktober 2019.

⁴³⁸ H. Aris Santosa, *Wawancara*, Kediri, 1 Oktober 2019.

⁴³⁹ H. Ali Sujarwo, *Wawancara*, Kediri, 15 Mei 2019.

Dengan *ukhuwah* dalam arti persaudaraan kandung dan sedarah kepada keluarga besar mereka dan *ukhuwah* kepada kaum muslimin dan seluruh mitra bisnis dan pelanggan mereka dalam rangka membangun sinergi dalam bisnis untuk membangun *network* yang lebih luas dalam rangka mewujudkan *profitabilitas*, *benefit* dan *sustainbilitas* bisnis yang mereka jalankan.⁴⁴⁵

penyantuni anak-anak yatim dan dzuafa’.

Dengan *ukhuwah* dalam arti persaudaraan kandung dan sedarah kepada keluarga besar mereka dan *ukhuwah* kepada kaum muslimin dan seluruh mitra bisnis dan pelanggan mereka dalam rangka membangun sinergi dalam bisnis untuk membangun *network* yang lebih luas dalam rangka mewujudkan *profitabilitas*, *benefit* dan *sustainabilitas* bisnis yang mereka jalankan.⁴⁴⁵

Strategi bisnis berfilosofi *guanxi* dan memegang *ukhuwah* yang dijalankan oleh pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri ini adalah memiliki distingsi untuk meraih *sustaibilitas*. Dengan mengedepankan interaksi dan komunikasi dalam pendekatan sosiologis dan didukung oleh

⁴⁴⁵ *Observasi*, Kota Kediri, 11 Nopember 2019.

ANALISIS *SOCIAL CAPITAL* DALAM BISNIS PENGUSAHA TIONGHOA MUSLIM DI KOTA KEDIRI

1. *Guanxi* dan Pemaknaan *Social Capital* dalam Bisnis

Para pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri pada dasarnya mereka adalah yang dilahirkan pada lingkungan keluarga penganut agama yang bervariasi, ada Konghucu, Budha, Hindu, Kristen dan Islam. Dalam kepercayaan, budaya dan filosofi hidup mayoritas adalah penganut ajaran Konghucu atau *Konfusius*. *Konfusius* pada ajarannya mengandung unsur pembentukan *akhlak* yang mulia bagi pemeluknya. *Konfusius* tidak banyak membahas tentang metafisika, ketuhanan, jiwa, dan berbagai hal yang ajaib. Namun ia tidak meragukan tentang adanya Tuhan Yang Maha Esa yang dianut masyarakatnya.

Ada dua nilai yang mereka aplikasi dalam kehidupan sesama manusia, yaitu Yen dan Li.⁴⁴⁶ *Yen* mengandung suatu pengertian hubungan ideal diantara sesama manusia. Setiap manusia harus terdapat dalam dirinya suatu kebaikan, budi pekerti, cinta dan kemanusiaan.⁴⁴⁷ Orang yang telah memiliki Yen, akan senantiasa bersedia mengurbankan dirinya untuk menjaga keseimbangan dirinya dengan orang lain. Dalam hubungan ini Kun Fu Tse menyatakan sebagai berikut: “Janganlah berbuat sesuatu terhadap orang lain yang tidak tuan ingini akan menimpa diri tuan sendiri”. Adapun

447 H.M. Arifin, *Menguak Misteri Ajaran Agama-agama Besar* (Jakarta: Golden Terayon Press, 1998), 31-32.

*related to God, Confucian ethics is based on human beings in the community and society. Without community and society, human beings cannot exist. Without relationships, human beings are not human beings”.*⁴⁵²

Aplikasi tujuh ajaran *Konfusius* dalam kegiatan bisnis kewirausahaan),⁴⁵⁹ yaitu: *Ren*, sebagai pelaku bisnis manusia harus menjaga martabat. Manusia yang bermartabat adalah manusia yang memiliki cinta kasih, berbagi cinta kasih antar sesama manusia terutama diri sendiri. Bagi ajaran *Konfusius*, mengasihi seseorang berarti mendorongnya untuk menjadi rajin. Inilah yang mendorong mereka rajin bekerja, *all out*, bekerja adalah

⁴⁵⁹ Nyoto, “Kajian Budaya Konfusianisme Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT Bengkalis Kuda Laut, PT Triperkasa Tunggal Abadi, dan PT Persada Subur Makmur Di Pekanbaru)”. (Disertasi-- Universitas Pasundan, 2017), 123.

Salah satu bagian penting dalam ajaran *Konfucius* yang diaplikasikan dalam bisnis adalah *guanxi*, merupakan jaringan atau hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara dua pihak. *Guanxi* adalah jejaring sosial yang berupa komunitas masyarakat yang terstruktur dan terorganisir dengan sangat rapi dan berfungsi efektif dalam kegiatan bisnis. *Guanxi* mengajarkan agar pelaku bisnis melakukan hubungan yang saling percaya (*trust*), dan timbal balik (*reiprocity*) dengan solidaritas kepada sesama manusia. Hubungan atau network dapat dibangun dan dijaga agar relasi dan kerjasama didalamnya tetap solid sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak.

[illegible]

Dalam bisnis bisa digambarkan bahwa ajaran *Konfusius* mengajarkan filosofi seorang pelaku bisnis harus memiliki cinta kasih (*Ren*), sopan santun (*Li*) dalam berinteraksi dan berkomunikasi, dapat dipercaya (*Xin*) dalam segala ucapan dan tindakan, setia (*Zhong*) menjaga komitmen dan segala janji dan transaksi, kebijaksanaan (*Zhi*) dan kesadaran (*Yong*) dalam mengambil keputusan bisnis sehingga akan terwujud jaringan atau *network* (*Guanxi*) dalam struktur sosial dalam bisnis dengan spirit solidaritas dalam komunitas bisnis. Solidaritas bisnis akan menjaga hubungan timbal balik yang saling menguntungkan kepada kedua belah pihak yang bertransaksi bisnis.

[illegible]

Dalam mewujudkan jaringan (*network*) yang kokoh diperlukan kepercayaan (*trust*), *Trust* adalah modal utama muamalah dalam Islam maupun menurut agama lain seperti *Konfusius*. Untuk mendapatkan kepercayaan (*trust*) dalam bisnis diperlukan beberapa syarat dalam bisnis, yaitu: *Integritas, intensitas, kapasitas* dan nilai *akhlak karimah* dalam pribadi pelakunya.

Integritas adalah upaya untuk menjadi orang yang utuh, yang bekerja dengan baik dan menjalankan fungsinya sesuai dengan apa yang telah dirancang sebelumnya. Integritas sangat terkait dengan kejujuran dan keefektifan seseorang sebagai insan manusia. *integrity* yang bermakna “*as whole and represents completeness*”, artinya, integritas menunjukkan keseluruhan dan kelengkapan. Mereka juga menerangkan bahwa integritas merupakan keseluruhan dari bagian-bagian tertentu. Integritas merupakan karakter yang telah menyatu dalam kehidupan seseorang yang digunakan untuk mencapai seluruh kebajikan dan kebahagiaan. seseorang yang memiliki integritas adalah seseorang yang mempunyai keharmonisan dalam dirinya, bersikap rasional, dapat mengkompromi prinsip orang lain dan mempunyai tujuan hidup yang jelas.

⁴⁷⁷ P. Dasgupta, Ismail S, *Social Capital A Multifaceted Perspective* (Washington DC: World Bank. 1999), 90

Intensitas sangat berpengaruh dalam peningkatan *trust*. Mitra dan relasi bisnis kita tentu akan melihat sejauh mana keseriusan kita berbisnis. Seberapa rutin mengawal, memantau, dan mengevaluasinya. Sekuat apa semangat, motivasi dan *passion* berbisnis kita dan sejauh mana *istiqomah* kita menjalankan bisnis tersebut. Dalam bisnis mereka fokus pada bidang tertentu walau banyak rintangan dan tantangan yang menghadang, totalitas mereka curahkan dengan seluruh kemampuan dan energinya untuk mewujudkan kesuksesan dari bisnis yang dilakukan. Untuk mewujudkan kesuksesan dalam bisnis mereka siap “puasa” dengan makan seadanya (lauk ikan asin) akan dilakukan hingga benar-benar tercapai kesuksesan itu mereka akan makan enak. Kejujuran adalah satu kunci dari keberhasilan etnis ini dalam mendapatkan kepercayaan dari mitra bisnis dan pelangganya.⁴⁷⁹

⁴⁷⁸ Sudjono Teguh Wijaya, *Wawancara*, Kediri, 30 April 2019.

[illegible]

Jejaring bisnis pada pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri memiliki ikatan (*kohesi*) sosial yang kuat yang merupakan kemampuan suatu kelompok ini untuk menyatu, dan merupakan hasil dari hubungan undividu dengan individu lain atau lembaga. Sebagaimana konsep kohesi sosial dari tesis Emile Durkheim. Menurutny terdapat solidaritas mekanik yang diindikasikan dengan adanya aktor yang kuat dalam masyarakat, lalu terdapat solidaritas organik yang diindikasikan dengan saling bergantungnya individu maka akan terbentuk suatu kohesi sosial dengan sendirinya. Definisi lainnya didasarkan kepada keterikatan masyarakat yang terbentuk dengan sendirinya dan bukan hasil dari pemahaman untuk mencapai kohesi sosial. Lalu terdapat definisi yang didasari oleh persamaan nilai dan rasa memiliki, menjelaskan bahwa kohesi sosial tercipta karena persamaan nilai, persamaan tantangan dan kesempatan yang setara didasari oleh harapan dan kepercayaan.

[illegible]

Secara garis besar, terdapat “tiga persepektif yang menonjol dari pemikiran Ibn Khaldun yang sesuai dengan kondisi Pengusaha Tionghoa di Kota Kediri antara lain berkaitan dengan kondisi sosial politik. *Pertama*, persepektif psikologis yang merupakan dasar sentimen dan ide membangun hubungan sosial di antara berbagai kelompok manusia (keluarga, suku dan agama). Bagi pengusaha pendatang (bukan asli etnis dari Kota Kediri), jaringan keluarga sangat penting. Keluarga adalah modal pertama dan utama baik dalam bisnis maupun lainnya. sebagai *bonding social capital*.

Ketiga, “fenomena ekonomi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan ekonomi baik pada tingkat individu, keluarga maupun

[illegible]

Pengusaha Tionghoa muslim Kota Kediri dalam identitas sosialnya, bisa dikategorikan sebagai pendatang atau istilah dalam Ibnu Khaldun adalah *nomaden*, *h}ada>rah*. Atau dalam bahasa lain *totok* identik dengan tradisional karena memiliki solidaritas yang tinggi. Namun disini mereka bisa digolongkan sebagai golongan *h}ada>rah* atau *modern* merupakan manifestasi dari suatu peradaban masyarakat yang lebih kompleks, menetap, bersifat kota, solidaritas lemah tetapi berperadaban. Di kalangan masyarakat *bada>wah* menurut Khaldun, hubungan darah lebih diutamakan sehingga kontrol sosialnya masih cukup tinggi. Sebaliknya, dalam masyarakat *h}ada>rah* yang berperadaban, kontrol sosial jauh lebih rendah.”⁵⁰⁰

⁴⁹⁹ Hakimul Ikhwan Affandi,. *Akar Konflik*, 80.

[illegible]

Dalam konsep *asja>biah*, *ukhuwah* atau *brotherhood*, sebenarnya *reicprocity* telah melekat pada sikap dan perilaku solidaritas dalam kehidupan sosial termasuk didalamnya adalah ekonomi dan bisnis. Solideritas adalah bentuk dari *kohesi*/ikatan seara individu maupun kelompok terhadap kondisi yang terjadi atau dialami orang lain. Ikatan, kepedulian yang dilakukan oleh pengusaha Tionghoa muslim Kota Kediri kepada keluarga, mitra bisnis, kolega, pelanggan dan warga Kediri pada umumnya adalah bentuk dari soldaritas mereka makhluk sosial dan bagian dari strategi pengelolaan bisnis.

Pengklasifikasian masyarakat “*bada>wah* dan *h}ada>rah* ini secara sosiologis di dasarkan pada *as}a>biah* yang berkembang dalam masyarakat dengan asumsi bahwa pada masyarakat *badawah*, *as}a>biah* masih sangat kuat sedangkan pada masyarakat *h}ada>rah*, *ashabiyah* sudah cenderung melemah. Konsep *bada>wah* dan *h}ada>rah* ini dalam teori sosiologi modern dapat kita temukan dalam pemikiran Emile Durkheim dengan istilah solidaritas mekanis (sama dengan *bada>wah*) dan solidaritas organis (sama dengan *h}ada>rah*).”⁵⁰¹

Solidaritas sosial merupakan inti dari organisasi sosial (kata dasarnya dalam bahasa Arab berarti loyalitas dan kohesivitas kelompok) *asla>biah* mengikat kelompok-kelompok menjadi satu melalui sebuah

[illegible]

Ada beberapa factor yang menyebabkan timbulnya solidaritas sosial, antara lain: “Kehidupan *Nomadisme* (pengembara) Solidaritas sosial masyarakat nomad begitu fanatik dan kuat erat diantara anggota-anggotanya karena terbangun atas dasar klan, nasab, dan kepentingan bersama.”⁵⁰⁴ “Solidaritas sosial umumnya tidak terlalu banyak didasarkan pada pertalian darah, tetapi diikat dengan elemen-elemen solidaritas sosial yang lain yaitu perkawinan, patronase, kepentingan bersama dan faktor pemimpin (ad-Daulah).”⁵⁰⁵ “Agama sendiri memberi makna pada kehidupan individu dan kelompok, juga memberi harapan tentang kelanggengan hidup sesudah mati.

Agama dapat menjadi sarana manusia untuk mengangkat diri dari kesulitan kehidupan duniawi yang penuh penderitaan pada kemandirian spiritual. Agama memperkuat norma-norma kelompok, sanksi moral untuk perbuatan perorangan, dan menjadi dasar persamaan tujuan serta

⁵⁰⁵ Sulasman dan Dadan Rusmana, *Filsafat Sosial*, 198

Berdasarkan konsep Islam, pembentukan karakter pelaku ekonomi berdasarkan bentuk ekonomi persaudaraan. Secara positif, pembayaran zakat telah dijadikan bagian yang penting dari keyakinan Islam. Disiplin spiritual yang ditanamkan dari ibadah salat akan kehilangan arti praktisnya bila kaum Muslim tidak membayar zakat untuk membasmi habis ketidakadilan ekonomi dan sosial.⁵¹⁵

Nejatullah Siddiqi, ekonomi Islam harus diarahkan pada pemenuhan kebutuhan untuk mencapai rida Allah dan mencapai *falâh* di dunia dan akhirat, sehingga kegiatan ekonomi ditentukan oleh moralitas dan spiritualitas.⁵¹⁶ Siddiqi berkeyakinan bahwa *brotherhood* dalam ekonomi Islam tatkala diaplikasikan mampu meningkatkan kerjasama dan kebajikan-kebajikan yang berkelanjutan. Oleh karena itu Islam memberikan tekanan yang kuat pada “perilaku menolong”. Prinsip ini mengajarkan bahwa selain seseorang harus berjuang untuk dirinya sendiri, ia harus peduli pada kesejahteraan orang lain sehingga dapat meningkatkan kerjasama, kebaikan dan kebajikan.⁵¹⁷

Untuk menciptakan nuansa *brotherhood* tersebut, Siddiqi menawarkan kerangka sistem ekonomi Islam, di antaranya: a) hak yang

⁵¹⁴ Muhammad Abdul Mannan, *Frontiers of Islamic Economics* (Delhi: Idârat al-Adabîyah, 1984), 42.

⁵¹⁵ Muhammad Abdul Mannan, *Islamic Economics, Theory and Practice* (Delhi: Idârat al-Adabîyah, 1980), 67.

⁵¹⁶ Nejatullah Siddiqi, "From Contemporary Economics to Islamic Economics", dalam *Today's Problems, Tomorrow's Solutions*, ed. Naseef Abdullah Omar (London: Mansell Publishing Ltd, 1988), 108.

⁵¹⁷ Nejatullah Siddiqi, "An Islamic Approach to Economics", dalam *Islam: Source and Purpose of Knowledge* (Washington DC: International Institute of Islamic Thought, 1988), 109.

Artinya: “Orang mukmin dengan orang mukmin yang lain seperti sebuah bangunan, sebagian menguatkan sebagian yang lain.”⁵²³

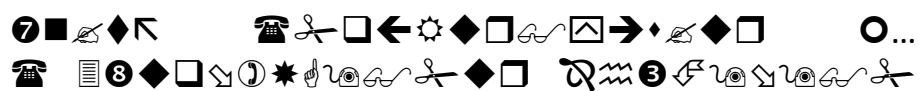
Sebagaimana bangunan dalam bisnis seharusnya sesama muslim atau sesama manusia harus terorganisir dengan baik dan kokoh. Diantara unsur organisasi harus saling melengkapi, menguatkan, solidaritas kepada sesama dan tidak boleh ada yang berkhianat atau berbuat curang karena mereka telah menjadi komunitas yang sistematis. Dalam sistem harus saling mengikat, percaya dan saling menguatkan. Jika ada bagian yang tidak berjalan atau tidak mendukung, maka sistem akan hancur, berantakan dan berimplikasi pada jalannya bisnis secara keseluruhan.

Dalam Hadth lain digambarkan bagaikan satu tubuh:

مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادِّهِمْ، وَتَعَاطُفِهِمْ، وَتَرَاحُمِهِمْ، مَثَلُ الْجَسَدِ، إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ تَدَاعَى سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهَرِ وَالْحُمَّى

Artinya: “Perumpamaan kaum mukmin dalam sikap saling mencintai, mengasihi dan menyayangi, seumpama tubuh, jika satu anggota tubuh sakit, maka anggota tubuh yang lain akan susah tidur atau merasakan demam.”

Dalam Al-Qur'an juga telah diperintahkan oleh Allah agar kita saling tolong menolong dalam kebaikan dan tidak tolong menolong dalam kejelekan, sebagaimana firman Allah SWT.:



⁵²³ Shahih Muslim No.4684.

Setiap individu akan terikat oleh individu lain, mereka saling mengikat dan saling membutuhkan. Tolong menolong adalah cara terbaik untuk mengatasi masalah termasuk dalam hal bisnis. Dengan gotog royong dan saling tolong menolong tiidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan. Kesejahteraan dan kemakmuran adalah buah dari saling tolong menolong dalam kebaikan. Namun kebalikanya jika tolong menolong itu dalam hal keburukan seperti korupsi, kolusi dan berbuat urang dalam bisnis, maka saat kehancuran tinggal menunggu waktunya.

Social capital akan terbangun dengan baik ketika tumbuh sebuah kecenderungan dalam sebuah kelompok untuk saling bersosialisasi satu dengan yang lainnya. Besar dan kecilnya modal sosial dalam sebuah masyarakat akan tergantung pada kapasitas yang ada dalam kelompok masyarakat untuk membangun sejumlah asosiasi berikut membangun jaringannya.⁵²⁵

Makna *social capital* pengusaha Tionghoa muslim Kota Kediri dalam bisnis adalah potensi jaringan komunitas sosial dalam ekonomi

⁵²⁵ M. Mawardi, "Peranan Sosial, 2

berdasarkan agama, keluarga, etnis/klan, dan politik. Sehingga *iqtis* sebagai manifestasi filosofi *Konfusius* berintikan *etika guanxi* dalam bisnis dan potensi jaringan secara universal dengan *ukhuwah / as*. Sebagai strategi *ukhuwah iqtis* adalah strategi bisnis dengan *tus* pondasinya, jaringan (*network*) sebagai infrastrukturnya, dan (timbal balik) dan solidaritas sebagai pola operasionalnya sehingga menjadi efektif, efisien dan *sustainable*.

berdasarkan agama, keluarga, etnis/klan, dan politik. Sehingga *iqtis* sebagai manifestasi filosofi *Konfusius* berintikan *etika guanxi* dalam bisnis dan potensi jaringan secara universal dengan *ukhuwah / as*. Sebagai strategi *ukhuwah iqtis* adalah strategi bisnis dengan *tus* pondasinya, jaringan (*network*) sebagai infrastrukturnya, dan (timbal balik) dan solidaritas sebagai pola operasionalnya sehingga menjadi efektif, efisien dan *sustainable*.

berdasarkan agama, keluarga, etnis/klan, dan politik. Sehingga *iqtis* sebagai manifestasi filosofi *Konfusius* berintikan *etika guanxi* dalam bisnis dan potensi jaringan secara universal dengan *ukhuwah / as*. Sebagai strategi *ukhuwah iqtis* adalah strategi bisnis dengan *tus* pondasinya, jaringan (*network*) sebagai infrastrukturnya, dan (timbal balik) dan solidaritas sebagai pola operasionalnya sehingga menjadi efektif, efisien dan *sustainable*.

berdasarkan agama, keluarga, etnis/klan, dan politik. Sehingga *iqtis* sebagai manifestasi filosofi *Konfusius* berintikan *etika guanxi* dalam bisnis dan potensi jaringan secara universal dengan *ukhuwah / as*. Sebagai strategi *ukhuwah iqtis* adalah strategi bisnis dengan *tus* pondasinya, jaringan (*network*) sebagai infrastrukturnya, dan (timbal balik) dan solidaritas sebagai pola operasionalnya sehingga menjadi efektif, efisien dan *sustainable*.

berdasarkan agama, keluarga, etnis/klan, dan politik. Sehingga *iqtis* sebagai manifestasi filosofi *Konfusius* berintikan *etika guanxi* dalam bisnis dan potensi jaringan secara universal dengan *ukhuwah / as*. Sebagai strategi *ukhuwah iqtis* adalah strategi bisnis dengan *tus* pondasinya, jaringan (*network*) sebagai infrastrukturnya, dan (timbal balik) dan solidaritas sebagai pola operasionalnya sehingga menjadi efektif, efisien dan *sustainable*.

Distingsi *social capital* dalam strategi pengelolaan bisnis pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri dimaksudkan menjelaskan hal membedakan antara pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri dengan yang lainnya baik itu sesama pengusaha Tionghoa maupun pengusaha yang beraliran Kapitalis seara umum. Hal yang membedakan dari sisi pemilihan, tujuan dan manfaatnya dalam bisnis.

ed D. Chandler, Jr. *Strategy and Structure in the History of The Industrial Intreprice*
dge Mass, MIT Press, 1962), 13.
armayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja* (Bandung : Penerbit
e Maju, 2009), 24-25
erge Ritzer, & Douglas J Goodman, *Teori Sosiologi*, 525.

⁵²⁹ George Ritzer, & Douglas J Goodman, *Teori Sosiologi*, 525.

⁵³⁰ George Ritzer & Douglas J Goodman, *Teori Sosiologi*, 527.

⁵⁵¹ C..F. Man and C.Y. Cheng, "The *Chinese Guanxology*, 881.

Untuk memperlancar jaringan bisnis, Islam adalah faktor yang sangat berpengaruh dalam jaringan tersebut. Dengan *lebel* Islam mereka bisa dengan mudah membangun jaringan dengan para tokoh masyarakat terutama para *kyai* untuk mengembangkan jaringannya kepada masyarakat luas yang tergolong *santri*. Kepatuhan masyarakat kepada para Kyai akan mempermudah untuk membangun jaringan masyarakat yang lebih luas. Jaringan yang sistematis dalam bisnis akan menjadi sebuah potensi *social capital* dalam bisnis.

[illegible]

Beberapa pengusaha Tionghoa muslim memang selalu mengedepankan keluarga kecil seperti bapak, Ibu, anak, kakek, nenek dan paman adalah hal utama dalam keputusan bisnis. Kakek, nenek, paman dan bapak Ibu adalah orang-orang yang lebih pengalaman dan telah berjuang untuk keluarga harus didahulukan dalam segala hal dalam hal bisnis termasuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis. Anak-anak juga harus dilibatkan dalam segala keputusan bisnis agar mereka belajar dan ikut bertanggung jawab dalam bisnis keluarga karena mereka adalah pewaris dan penerus perjuangan dan pengelolaan bisnis keluarga.

[illegible]

peranakan kurang mampu berkompetisi. Pengusaha Tionghoa mampu menggunakan jaringan kredit, koleksi, import, semua perantara dan ritel guna investasi dalam memproduksi sendiri.⁵⁶⁶

2. Aslah, Ukhuwah dan Distingsi *Social Capital* dalam Bisnis

Dalam Islam selalu diajarkan beberapa standart etika yang dilakukan seperti *salam, tarahum, islah* dan memiliki kewajiban sesama dengan melakukan *ta'awun, tabarru'* dan *takaful* memberikan shadakah, zakat dan *infak*. Walau belum terlalu fiksi fikih, tapi mayritas para pengusaha muslim Tionghoa di korea telah aktif dalam mengeluarkan *zakat, infaq dan shadakah* sebagian besar mereka memiliki anak asuh dan penyantuni

peranakan kurang mampu berkompetisi. Pengusaha Tionghoa mampu menggunakan jaringan kredit, koleksi, import, semua perantara dan ritel guna investasi dalam memproduksi sendiri.⁵⁶⁶

2. Aslah, Ukhuwah dan Distingsi *Social Capital* dalam Bisnis

Dalam Islam selalu diajarkan beberapa standart etika yang dilakukan seperti *salam, tarahum, islah* dan memiliki kewajiban sesama dengan melakukan *ta'awun, tabarru'* dan *takaful* memberikan shadakah, zakat dan *infak*. Walau belum terlalu fiksi fikih, tapi mayritas para pengusaha muslim Tionghoa di korea telah aktif dalam mengeluarkan *zakat, infaq dan shadakah* sebagian besar mereka memiliki anak asuh dan penyantuni

peranakan kurang mampu berkompetisi. Pengusaha Tionghoa mampu menggunakan jaringan kredit, koleksi, import, semua perantara dan ritel guna investasi dalam memproduksi sendiri.⁵⁶⁶

2. *Aslahiah*, *Ukhuwah* dan *Distingsi Social Capital* dalam Bisnis

Dalam Islam selalu diajarkan beberapa standart etika yang dilakukan seperti *salam*, *tahum*, *islah* dan memiliki kewajiban sesama dengan melakukan *ta'awun*, *tabarru'* dan *takaful* memberikan shadakah, zakat dan *infak*. Walau belum terlalu fiksi fikih, tapi mayritas para pengusaha muslim Tionghoa di korea telah aktif dalam mengeluarkan *zakat*, *infaq* dan *shadakah* sebagian besar mereka memiliki anak asuh dan penyantuni

peranakan kurang mampu berkompetisi. Pengusaha Tionghoa mampu menggunakan jaringan kredit, koleksi, import, semua perantara dan ritel guna investasi dalam memproduksi sendiri.⁵⁶⁶

2. *Aslahiah*, *Ukhuwah* dan *Distingsi Social Capital* dalam Bisnis

Dalam Islam selalu diajarkan beberapa standart etika yang dilakukan seperti *salam*, *tahum*, *islah* dan memiliki kewajiban sesama dengan melakukan *ta'awun*, *tabarru'* dan *takaful* memberikan shadakah, zakat dan *infak*. Walau belum terlalu fiksi fikih, tapi mayritas para pengusaha muslim Tionghoa di korea telah aktif dalam mengeluarkan *zakat*, *infaq* dan *shadakah* sebagian besar mereka memiliki anak asuh dan penyantuni

peranakan kurang mampu berkompetisi. Pengusaha Tionghoa mampu menggunakan jaringan kredit, koleksi, import, semua perantara dan ritel guna investasi dalam memproduksi sendiri.⁵⁶⁶

2. *Aslahiah*, *Ukhuwah* dan *Distingsi Social Capital* dalam Bisnis

Dalam Islam selalu diajarkan beberapa standart etika yang dilakukan seperti *salam*, *tahum*, *islah* dan memiliki kewajiban sesama dengan melakukan *ta'awun*, *tabarru'* dan *takaful* memberikan shadakah, zakat dan *infak*. Walau belum terlalu fiksi fikih, tapi mayritas para pengusaha muslim Tionghoa di korea telah aktif dalam mengeluarkan *zakat*, *infaq* dan *shadakah* sebagian besar mereka memiliki anak asuh dan penyantuni

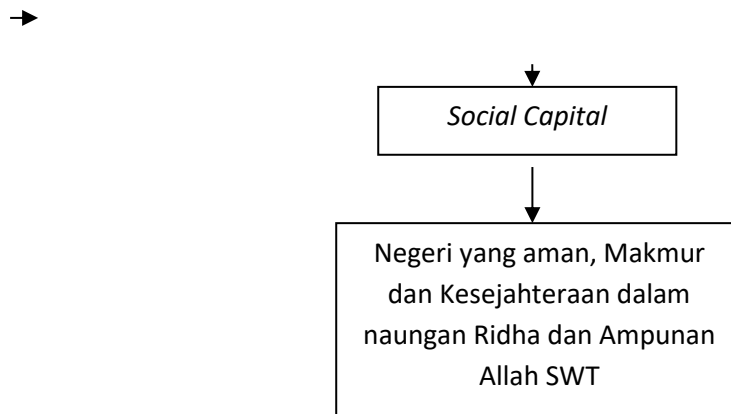
Distingsi dari *as/a>biah* ini pada praktiknya menjadi ikatan komunitas sosial yang tiada batas, karena agama tidak mengenal etnisitas, golongan ataupun kelas sosial. *As/a>biah* menjadi sebuah kekuatan yang takkan terkalahkan dikarenakan disandarkan pada prinsip-prinsip dan nilai agama. Inilah potensi yang tangkap oleh pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri untuk melengkapi *guanxi* yang telah mereka lakukan sebelum mereka masuk Islam.

⁵⁶⁹ Hakimul Ikhwan Affandi, *Akar Konflik*, 105.

Aplikasi Konsep *as}a>biah* ini akan bermuara pada solidaritas sosial, antara lain: “kehidupan *nomadisme* (pengembara) solidaritas sosial masyarakat nomad begitu fanatik dan kuat erat diantara anggota-anggotanya karena terbangun atas dasar klan, nasab, dan kepentingan bersama.”⁵⁷² “Solidaritas sosial umumnya tidak terlalu banyak didasarkan pada pertalian darah, tetapi diikat dengan elemen-elemen solidaritas sosial yang lain yaitu perkawinan, patronase, kepentingan bersama dan faktor pemimpin (*ad-Daulah*).”⁵⁷³ Agama memberi makna pada kehidupan individu dan kelompok dan memberi harapan tentang kelanggengan hidup sesudah mati. Agama dapat menjadi sarana manusia untuk mengangkat diri dari kesulitan kehidupan duniawi yang penuh penderitaan pada

⁵⁷¹ Ibn Khaldun, Abdurrahman Muhammad, *Muqaddimah Ibnu Khaldun*, Terj. Tho'ha, Ahmadi, 151-152.

⁵⁷³ Sulasman dan Dadan Rusmana, *Filsafat Sosial*, 198.



Social capital terdapat empat elemen utama yang menjadi unsur pokok yaitu *norms* (nilai-nilai sosial), *network* (jaringan), *reciprocity* (hubungan timbal balik) dan *trust* (kepercayaan) adalah sejalan dengan konsep *ukhuwah* (persaudaraan) dalam Islam.⁵⁸¹ Sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an surat al-Hujuraat, ayat 10: “orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat”.⁵⁸²

Beberapa ahli kemudian memaknai bahwa ayat ini memiliki spirit *ukhuwah* yang selanjutnya bisa dijadikan jабaran menjadi modal social, dengan perincian bahwa dalam ayat tersebut mengandung beberapa hal penting yaitu: *Network* atau jaringan, bahwa modal social akan terbangun dengan baik ketika tumbuh sebuah kecenderungan dalam sebuah kelompok untuk saling bersosialisasi satu dengan yang lainnya. Besar kecilnya modal social dalam sebuah masyarakat sangat tergantung pada kapasitas yang ada dalam kelompok masyarakat untuk membangun

⁵⁸¹ Abdul Wahid al-Faizin dan Nasir Akbar, *Tafsir Ekonomi*, 193.

582 Al-Our'an, 49:10

Artinya “Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”.⁵⁸⁸

Sebagai hasil dari modal sosial yang dibingkai dengan taqwa (taat pada Allah) akan menjadikan bingkai dan benteng bagi terlaksananya

⁵⁸⁸ Al-Qur'an, 49:13

Konteks pemahaman kata *tayib* pada kalimat tersebut adalah menggambarkan suasana negara dengan kemakmuran dan kesejahteraan yang didukung oleh keamanan, ketenteraman dan abnyak kebaikan.⁵⁸⁹ Sehingga bisa digambarkan bahwa konsep “*social capital al Qur’any*” akan menghasilkan masyarakat yang aman, nyaman makmur sejahtera dibawah naungan Ridho dan Maghfirah Allah SWT.

Sesuai dengan *ilustrasi skema* yang digambarkan oleh Abdul Wahid al-Faizin, Nasir Akbar, *Tafsir Ekonomi Kontemporer*: menggali Teori Ekonomi dari ayat-ayat Al-Qur'an bahwa konsep *ukhuwah* akan menghasilkan *Social Capital* yang sangat menjanjikan dengan *network*, *reciprocity* dan *trust* dengan bingkai *Taqwa* dan *Ishlah* akan menghasilkan tatanan sosial ekonomi yang aman, makmur dan sejahtera dalam naungan *Ridha* dan *maghfirah* Allah SWT.

Pola dan filosofi bisnis Etnis Tionghoa memiliki ciri khas yang sangat menyolok dibandingkan dengan kebanyakan bisnis kapitalis yang

[illegible]

Sebagai sebuah konsep *guanxi*, memiliki sisi kelebihan atau kekuatan, fleksibilitas usaha adalah kemampuan para pelaku bisnis untuk merespons peluang dan ancaman yang bersumber dari perubahan lingkungan bisnis secara cepat namun efektif, karena adanya rasa saling percaya di antara mereka untuk membagi informasi serta adanya kemauan untuk bekerjasama demi kepentingan bersama. Sebuah istilah yang mungkin tepat digunakan adalah koopetisi (kooperasi sekaligus berkompetisi).⁵⁹²

⁵⁹² Sujoko Efferin, *Pemenfaatan Guangxi*, 112-127.

Distingsi *social capital* dalam bisnis pengusaha Tionghoa muslim di Kota Kediri adalah terbangunnya *ukhuwah iqtisadiyah* yang merupakan penggabungan *guanxi* dan *asabiah*. *Network* yang universal dan luas, *trust* lahir dari filosofi *Konfusius* dan ajaran Islam yang kuat melahirkan strategi pengelolaan bisnis yang memiliki *reciprocity* dan solidaritas yang tinggi sehingga aktifitas bisnis menjadi efektif, efisien dalam organisasi dan manajemen, *low risk*, adaptif terhadap perkembangan, kondusif dan terjaganya *sustainability* dalam bisnis.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- ⁵⁹³ Sujoko Efferin, *Pemenfaatan Guangxi*, 112-127

- [illegible]

kelompok dan komunitas yang terbentuk, maka akan sebesar dan seluas itulah keuntungan yang akan didapat.

Di lapangan memberikan gambaran bahwa potensi *social capital* yang dibangun pengusaha Tionghoa berupa jaringan mulai dari bagian inti keluarga sebagai *bonding social capital*, mitra bisnis, pelanggan dan karyawan sebagai *bridging social capital* dan pengusaha dan tokoh masyarakat sebagai *linking social capital* adalah bagian penting kemampuan dalam membangun strategi dalam bisnis. Kemampuan ini teruji dilapangan seperti yang terjadi di Kota Kediri mereka eksis dalam bisnis tiga generasi hingga sekarang. Bahasa sederhana yang dipakai oleh masyarakat Indonesia sebenarnya *social capital* identik dengan sistem “gotong royong” dimana masyarakat bantu membantu dalam berbagai bidang atas dasar kemanusiaan sebagaimana diajarkan oleh setiap agama. Yang lebih terstruktur lagi biasanya dalam komunitas, asosiasi, lembaga atau institusi baik formal maupun informal dengan didasari oleh kesamaan norma, kepercayaan, tolong menolong dan kerjasama untuk mewujudkan kepentingan bersama.

2. Perspektif *Social Capital* dalam Bisnis: *Konfucius* dan Islam.

Pemaknaan *social capital* dalam strategi bisnis pengusaha Tionghoa muslim banyak dipengaruhi oleh pemahaman dan bentuk aplikasi dari ajaran dan filosofi hidup yang selama ini mereka jalani. Sebagai warga Tionghoa ajaran *Konfusius* sangat berperan pedoman dan acuan dalam menjalani kehidupan termasuk social dan ekonomi. Sebagai

Social capital sebagai potensi dan kemampuan dalam menciptakan peluang dari struktur masyarakat dengan norma-norma dan nilai-nilai dalam masyarakat yang menghasilkan *trust*, *network*, *reciprocity* dalam komunitas masyarakat untuk mewujudkan tujuan bersama, banyak digali dari ajaran-ajaran agama dan nilai-nilai budaya pada masyarakat. Dalam ajaran *Konfusius* mengajarkan akhlak untuk bermasyarakat secara vertical yang hirarkis dan horizontal sebagai sesama manusia.

Dalam etika *Konfusianisme*, fokus utama *Konfusianisme* adalah bagaimana kita belajar menjadi manusia yang sebenarnya yang berorientasi pada humanistik dan mengajarkan humanis.”⁶⁰⁹ Sehingga fokus utamanya adalah “tentang manusia, etika dan pendidikan, manusia dan kebajikan, manusia yang baik dan hidup secara harmonis.”⁶¹⁰ Pendapat ini sebagaimana disampaikan oleh pelaku bisnis bahwa inti dari ajaran dan filosofi *Konfusius* adalah “memanusiakan manusia”. Kemudian aplikasi di lapangannya adalah bagaimana manusia bisa berinteraksi dan membangun hubungan yang baik dengan sesama manusia agar menumbuhkan kepercayaan dan kebersamaan dalam masyarakat.

Ada perdebatan akademis tentang peran budaya dalam membentuk perilaku bisnis etnis Tionghoa.⁶¹¹ Pandangan *essentialist-culturalism*

⁶¹¹ V. Wee, "A Cultural Economy of Ethnicity and Capital in the Regionalisation of China and Southeast Asia", in De-Essentialising "Chinese Capitalism" in Southeast Asia, NIA Snytt,

Konfusianisme adalah “sebuah filosofi moral tentang bagaimana bentuk hubungan antar anggota sebuah masyarakat yang ideal berdasarkan tatanan vertikal dan horisontal. Tatanan vertikal adalah hubungan antar anggota masyarakat dari hirarki sosial yang berbeda, misalkan antara orang tua dan anak, suami dan istri, pemerintah dan rakyat, majikan dan pelayan, serta guru dan murid. Tatanan horisontal menyangkut hubungan antara anggota masyarakat dalam hirarki yang sederajat, misalkan antar teman/kolega. Menurut Suryadinata bentuk-bentuk hubungan tersebut dilandasi oleh nilai-nilai kebaikan hati manusia (jen) yang terdiri dari chung (ketulusan dan kejujuran) dan shu (mau berkorban bagi orang lain/tidak egois).”⁶¹² *Konfusius* meyakini bahwa setiap orang dalam

⁶¹² Leo Suryadinata, "Confucianism in Indonesia: Past and Present, in *The Chinese Minority in*

Dalam tatanan vertikal, tanggung jawab atasan adalah mendidik, membimbing, memperhatikan, bersikap adil, dan memberikan kesejahteraan pada mereka yang menjadi bawahannya, sedangkan tanggung jawab bawahan adalah menghormati, mematuhi, mengingatkan atasan jika mereka membuat kesalahan, berbakti/tahu membalas budi, dan menjaga nama baik atasan. Tanggung jawab antar anggota masyarakat dalam tatanan horisontal adalah menjaga kepercayaan orang lain dan senantiasa melaksanakan kewajiban yang berbalasan (*reciprocal obligation*). Kehilangan kepercayaan berarti kehilangan “muka” di masyarakat, yang di sini maksudnya adalah martabat dan nama baik orang tersebut⁶¹³. Pelanggaran terhadap nilai baik dalam konteks tatanan vertikal maupun horisontal akan mengakibatkan krisis, ketegangan sosial, dan konflik dalam masyarakat.

Indonesia: Seven Papers. Leo Suryadinata (Ed) (Singapore: Chopmen Enterprises. 1978), 33-62.

[illegible]

Dalam berbagai penjelasan Ibn Khaldun tentang masyarakat, istilah nomaden dan menetap menjadi dua konsep yang selalu muncul. Konsep yang “*pertama* identik dengan keterbelakangan, primitif dan yang *kedua* identik dengan kota, ber peradaban, maju (kota). Dua model konsep tersebut kemudian diklasifikasikan oleh Khaldun dari sudut pandang kontrol sosial menjadi dua tipe yakni; *bada>wah* dan *h}ada>rah*. *Bada>wah* adalah konsep masyarakat dengan *as}a>biah* yang kuat, cenderung primitif, desa dan nomaden. Istilah *bada>wah* sesungguhnya dikembangkan oleh khaldun dari pengamatannya terhadap masyarakat

⁶²⁴ Hakimul Ikhwam Affandi, *Akar Konflik Sepanjang Zaman: Elaborasi Pemikiran Ibnu Khaldun* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 105.

Agama sendiri memberi makna pada kehidupan individu dan kelompok, juga memberi harapan tentang kelanggengan hidup sesudah mati. Agama dapat menjadi sarana manusia untuk mengangkat diri dari kesulitan kehidupan duniawi yang penuh penderitaan pada kemandirian spiritual. Agama memperkuat norma-norma kelompok, sanksi moral untuk perbuatan perorangan, dan menjadi dasar persamaan tujuan serta nilai-nilai yang menjadi landasan keseimbangan masyarakat.⁶²⁹

Sementara menurut Alfred Gierer dari Maz Plack Institute, Ibnu Khaldun telah “mengkombinasikan faktor-faktor psikologis dan material dalam sebuah teori dinamika kebangkitan dan kemunduran kekuasaan politik, dan menghubungkan fenomena sosial sebagai bentuk dasar

628 Ibn Khaldun, Abdurrahman Muhammad,. *Muqaddimah Ibnu Khaldun*, Terj. Thoah, Ahmadi (Jakarta: Pustaka Firdaus., 2000), 151-152.

[illegible]

Komunitas diartikan secara luas, “baik komunitas tradisional maupun komunitas modern. Ibn Khaldun menyebutnya sebagai *bada>wah* dan *h}ada>rah*. Jika dikaitkan dengan ekonomi maka teori *as}a>biah* akan menjadi “ekonomi berbasis komunitas”, “berbasis *bada>wah* (komunitas tradisional, desa) dan berbasis *h}ada>rah* (komunitas modern, kota)”, dengan pembagian kerja di dalam komunitas masing-masing.”⁶³¹ *Bada>wah* adalah budaya hidup berpindah-pindah, lawan dari *h}ada>rah* yaitu budaya hidup menetap. Ibnu Khaldun, dalam kedudukannya sebagai individu, manusia diciptakan dalam keadaan lemah dan membutuhkan bantuan orang lain (*ta'a>wu>n*).

⁶³⁰ Ibid.

[illegible]

⁶³² Alfred D. Chandler, Jr. *Strategy and Structure in the History of The Industrial Intreprice* (Cambridge Mass, MIT Press, 1962), 13.

[illegible]

Penggunaan strategi bisnis dengan pendekatan *social capital* baik *guanxi* maupun *as}a>biah* menjadikan bisnis menjadi pendekatan strategi *ukhuwah iqtis}a>diah* yang *humanis*, dan *sosiologis* berbeda dengan kapitalis yang lebih mengedepankan individualis dan pasar sebagai acuannya. Dengan pendekatan strategi bisnis *ukhuwah iqtis}a>diah* menjamin terjaganya *trust*, *reciproclitas obligation*, *network* dan sejalan dengan ajaran dan nilai-nilai agama, sehingga aktifitas bisnis menjadi efektif, efisien dalam organisasi dan manajemen, *low risk*, *adaptif* terhadap perkembangan, *kondusif* dan terjaganya *sustainbilitas* dalam bisnis.

darmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja* (Bandung : Penerbit Alfabeta, 2009), 24-25

[illegible]

Rekomendasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- #### D. Keterbatasan Studi

Perlu adanya penelitian yang lebih luas dalam kancah dunia antara strategi kapitalis dan humanis pada kancah dunia internasional. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi terhadap kejumudan keilmuan praktis dalam ekonomi Islam. Semoga ke depan masih ada kesempatan untuk melakukan penelitian yang lebih luas sehingga mampu menjadi referensi dan acuan praktis dalam strategi bisnis Islam.

Abdullah, Syamsudin A, *Agama dan Masyarakat: Pendekatan Sosiologi Agama*, Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997.

Adler, P Kwon S.. *Social Capital: the good, the bad and the ugly*. In E. Lesser (Ed). *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications*. Butterworth-Heinemmann. 2000.

Affandi, Hakimul Ikhwan. *Akar Konflik Sepanjang Zaman: Elaborasi Pemikiran Ibn Khaldun*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

- Afuah, Allan. *Business Model: A strategic Management Approach*. New York. Mc Graw-Hill, 2004.
- A-Isfahani Ar-Ragib, *Mufradat Alfaz al-Quran*, ttp: Maktabah Murtadawiyah, 1362 H.
- Akbar, Ahmad, S, *Islam Tertuduh Kambing Hitam Di Tengah Kekerasan Global*, Terj. Agung Prihatoro, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2003.
- Akbar, Abdul Wahid al-aizin, Nasir *Tafsir Ekonomi Kontemporer: menggali Teori Ekonomi dari Ayat-ayat Al-Qur'an*, Depok: Gema Insani, 2018.
- Akdere, Mesut, 'Social Capital Theory and Implications for Human Resource Development', *Singapore Management Review*, Volume 27, No 2, 2005 .
- Alder, N. (1991), *Dimensi-dimensi Internasional dari Perilaku Organisasional*, PSW-Kent, Boston, MA.
- Ali HA. Mukti, *Beberapa Persoalan Agama Dewasa Ini*, Jakarta: Rajawali Press, 1987.
- Alma, Buchhori, *Manajemen Pemasaran, Jasa*, Edisi revisi, Bandung: CV Alfabeta, 2007
- Al-Mushri, *Lisan al-Arab*, Beirut:Daarus Sadir, Vol.1. tt.
- Al-Qurthubi, *Al-Jami' li Ahkam Al-Qur'an*, Riyadh: Darr al Alam al-Kutub, vol.16, 2003.
- Amin, Khairul Badawah & Hadarah: Konsep Sosiologi Ibn Khaldun, *Jurnal Sosiologi Agama* Vol. 12, No. 1, Januari-Juni 2018.
- Andriani, Retno, "Kebijakan dan Jaringan Bisnis Cina dari Jaman ke Jaman di Indonesia" Surabaya, Fisip UNAIR, *Bio Kultur*, Vol 1, Juli-Desember, 2012.
- Andriyati, Retno "Kebijakan dan Jaringan Bisnis Cina dari Jaman ke Jaman di Indonesia," *BioKultur*, Vol.I No.2 (Juli-Desember 2012).
- Anoraga, Panji, *Manajemen Bisnis*, Jakarta :Rineka Cipta, 2004.
- Arias, J.T.G. (1996), "Sebuah pendekatan hubungan marketing terhadap guanxi", *Jurnal Marketing Eropa*, Vol. 32 No. 1/2, pp. 145-56.
- Arifin, Sainal Danny dan Agustinus Sufianto, "Analisi Pengaruh Guanxi Terhadap Perdagangan Orang Tionghoa di Pusat Grosir Senen Jaya Jakarta", Binus University di <http://library.Binus.a.id/Collection/Ethesis> Det. (20 Oktober 2019).
- Aziz, Abdul *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Az-Zuhaili, *Tasir al-Munir fi al-Aqidah wa asy-Syari'ah wa al-Manhaj*, vol.26, Beirut: Dar al-Fikr, 1998,.
- Baali, Fuad. *Ibn Khaldun dan Pola Pemikiran Islam*.Jakarta: Pustaka Firdaus. 1989.
- Baker, W., *Achieving Success through Social Capital: Tapping the Hidden Resources in Your Personal and Business Networks*. San Francisco: Jossey-Bass, 2000.
- Beik, Irfan Syauqi dan Laily Dwi Arsyianti, Analisa Ekonomi Pertanian Ibnu Khaldun, *Iqtishadia*, 30 September 2010.
- Bellah, Robert N, *Religi Tokugawa*, Jakarta: Yayasan Obor, 1995.
- Bessette, Joseph M. Derek Gold et. al. *International Encyclopaee of Government and Social Politics*. Toppan Company PTE LTD, Singapore, 1957.

- Bjorkman dan S. Kock, "Jaringan Hubungan Bisnis dan Sosial: Kasus Perusahaan-perusahaan Barat di Cina", *Kajian Bisnis Internasional*, Vol. 4 No. 4, . (1995).
- Bogdan, Robert L. dan Sari Knoop Biklen, *Qualitatif Research for Education, an Introduction to Theory and Methodes* (Boston: Allin and Bacon, 1982).
- Boix, Carles, Daniel N. Posner.. 'Social Capital: Explaining its Origins and Effects on Government Performance.' *British Journal of Political Science* 28: 1998.
- Bourdieu, P. "*The Forms of Capital*". In JG Richardson (ed), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood Press.1986.
- Brunner, J.A., Chen, J., Sun, C. dan Zhou, N. (1989), "Peranan guanxi dalam negosiasi di Palung Pasifik", *Jurnal Marketing Global*, Vol. 3 No. 2,
- Burt.R.S. *Excerpt from The Sosial Structure of Competition, in Structure Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA and London: Harvard University. 1992
- Buttery, E.A dan T.K.P Leung, "Perbedaan antara negosiasi barat dan negosiasi Cina", *Jurnal Marketing Eropa*, Vol. 32 No. 3/4, (1998).
- Buttery, E.A. dan Wong, Y.H. (1999), "Perkembangan kerangka guanxi", *Intelejensi & Perencanaan Marketing*, Vol. 17 No. 3, pp. 147-54.
- Byarwati. *Penemuan Madzhab Ekonomi Islam: Studi Discourse Analysis Terhadap Pemikiran Muhammad Baqir Ash-Shadr Dalam Kitab Iqtishaduna*, Disertasi Program Doktor Program Studi Ilmu Ekonomi Islam Universitas Airlangga Surabaya, Oktober 2012.
- Castles, L. *Religion, Politics and Economic Behavior in Java: The Kudus Cigarette Industry*, New Haven: Yale University. 1967
- Chan, K.B. "State, Economy and Culture: Reflections on the Chinese Business Networks", in *Chinese Business Networks: State, Economy and Culture*. 2000.
- Chandler, Alfred D. Jr. *Strategy and Structure in the history of The Industrial Intreprice*:Cambridge Mass, MIT Press, 1962.
- Chapra, M. Umer *The Future of Economics – An Islamic Perspective*, Leicester : The Islamic Foundation, 2000.
- Cohen, D. dan L Prusak. *In Good Company: How Social Capital Makes Organisations Work*. Boston: Harvard Business School Press.2001.
- Coleman J.S. *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press. 1999
- Coleman, J. *Social Capital in the Creation of Human Capital*, Cambridge Mass: Harvard University Press. 1999.
- Cox, Eva. *A Truly Civil Society*. Sydney:ABC Boook. Dasgupta, 1999
- Damsar dan Indrayan, *pengantar sosiologi Ekonomi* Jakarta: Prenadanmedia Group, 2009.
- Darmawan, Eki "Konsepsi Trust yang Dibangun Etnis Tionghoa dalam Politik Di Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau. *KEMUDI : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 1(1), (2018).
- Dasgupta, P..Ismail S.. *Social Capital A Multifaceted Perspective*. Washington DC: World Bank. 1999.

- Davies, H., Leung, T.K.P. Luk, S.T.K. dan Y.H. Wong., “Keuntungan *Guanxi*: Nilai Hubungan dalam Mengembangkan Pasar Cina”, *Manajemen Marketing Industrial*, Vol. 24, pp. (1995).
- Day, G.S. and R. Wensley, *AssesingAdantage: A framework for Diagnosti Competitie Supperiority*, Journal Marketing, vol. 52, April, 1988
- Deliarnov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1997.
- Dess, G. dan Davies, P. (1984), “Strategi generik sebagai determinan keanggotaan kelompok strategis dan penampilan organisasional”, *Jurnal Akademi Manajemen*, Vol. 27, pp. 467-88.
- Dimiyati, *Teori Keuangan Islam,Rekonstruksi Metodologis Terhadap Konsep Keuangan al-Ghazali*, Yogyakarta: UII Press, 2007.
- Djakfar, Muhammad *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Buni*, Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Donald Nonini, *Underground Empires: The Cultural Politics of Modern Chinese Transnationalism* (introduction). New York: Routledge. 1997
- Efendi, Setiawan, *Tionghoa Medan*, komunitas Paling controversial di Indonesia, Jakarta: PT. Buku Pintar Indonesia, 2018.
- Efferin,Sujoko *Pemanfaatan Guanxi dalam Bisnis UKM di Indonesia*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2007).
- Engen, E. M. dan J. Skinner, , *Fiscal Policy and Economic Growth*. National Bureau of conomic Research. 1992
- Esposito' Jhon L. (ed). *Ensiklopedi Dunia Islam Modern*, Jilid I, Bandung: Mizan, 2001.
- Fathy, Rusydan “Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat” *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Volume 6 No. 1, (Januari 2019).
- Faulkner, David and Gery Johnson, *Strategi Manajemen*, Jakarta: Elek.Media 1992.
- Ferdinand, Tae, *Modal Sosial Dan Keunggulan Bersaing : Wajah Sosial Strategi Pemasaran* , dalam makalah Pidato Pengukuhan Guru Besar FE Undip Semarang, 24 Desember 2005.
- Field, John (Social Capital). Edisi Indonesia.Nurhadi (Penerjemah). Inyia Ridwan Muzir (Ed.).Bantul: Kreasi Wacana. 2010.
- Field, John *Modal Soccial*, London: Routledge, 2010.
- Fock, H.K.Y dan K.S Woo, “*Pasar Cina: implikasi strategi guanxi*”, *Kajian Strategi Bisnis*, Vol. 9 No. 3, (1998).
- Fukuyama Francis, *Social Capital : civil Society and Deelopment*, Third Word Quarterly, Vol. 22,2001,
- Fukuyama, F, *Social Capital and the Global Economy*. Foreign Affairs, Vol 74 No 5, 1999.
- Fukuyama, F., *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*. New York: Free Press. 1995.
- Geeertz, Clifford, *Abangan, Santri dan Priyayi, Dalam Masyarakat Jawa*, Jakarta: Pustaka Jaya, 1981.
- Gittel, Ross dan J. Phillip Thompson “ Making Social Capital Work: Social Capital and Community Economic Development” dalam Saegert,

- Susan, J. Phillip Thompson and Mark R. Warren (eds.) *Social Capital and Poor Communities*. New York: Russell Sage Foundation, 2001.
- Griffin Em, A *First Look At Communi- cation Theory*, , Boston: Mc. Graw Hill Book Company. 2000.
- Griffin dan Ronald J.Ebert, “*Bisnis*”,Buku Satu, Edisi ke-4, Jakarta: Alfabeta, 1996.
- Gronross, C. (1996), “Hubungan marketing: implikasi taktis dan strategis”, Keputusan Manajemen, Vol. 32 No. 2.
- Grootaert C, *Measuring social capital: An integrated questionnaire*.World Bank Publications. 2004
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. dan Black, W.C. (1995), Analisis Data Mutivarian, Prentice-Hall, NJ.
- Hanik Yuni Alfiyah, Ibn Khudun dan tafsir sosial, Jurnal PARAMEDIA, Vol. 7, No. 2, April 2006
- Hans, Dieter Eer *Modernization In South-East Asia*, London: Oxford Uniersity Press,1973.
- Haryono, Sindung, *Spektrum Teori Sosial dari Klasik hingga postmodern*, Jakrta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Hefner, Robert W. *Market Cultures: Society and Morality in the New Asian Capitalism*. Oxford: Westview Press. 1998.
- Hendoprasetyo, “Mengislamkan Orang Jawa , Antropologi Baru Islam Indonesia, *Islamika*, No.3, Bandung: Mizan, 1993.
- Herawati Jajuk dan Sunarto, *Manajemen Strategik*, Yogyakarta: Komputindo, 2004.
- Hofstede, G. dan Bond, M.H. (1988), “Pertumbuhan Confusius dan ekonomi: tren baru menuju konsekuensi budaya”, *Dinamika Organisasional*, Vol. 16 No. 4, pp. 4-21.
- Hooley, G.J., Lynch, J.E. dan Jobber, D. (1992), “Strategi marketing generic”, *Jurnal Internsional Penelitian tentang Marketing*, Vol. 9 No. 1, pp. 75-89.
- Horpers, John, *An Introduction to Philosophical Analysis*, London: Reuledge, 1996.
- Hui, C. dan Graen, G. (1997), “Guanxi dan kepemimpinan profesional dalam usaha gabungan Sino-Amerika di Cina Daratan”, *Kwartal Kepemimpinan*, Vol. 8 No. 4, pp. 451-65.
- Ife dan Tesoriero, *Alternatif Pengembangan Masyarakat di era Globalisasi: Community Development*, Yogyakarta: Pustaka, 2008.
- Ismail S. *Social Capital A Multifaceted Perspective*. Washington DC: World Bank. 1995
- Jacobs, J. dan Bruce, K. (1982), “Konsep guanxi dan politik lokal di pedesaan Cina
- Johnson, Doyle Paul, *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Jurdi, Syarifuddin;. *Sosiologi Nusantara: Memahami Sosiologi Integralistik*. Jogjakarta:, Kencana. 2013.
- Kenneth, Andrews,. *Konsep Strategi Perusahaan*. Jakarta: Erlangga. 2005
- Kenzie, Mc, K., & Harpham, T. (Eds.). *Social capital and mental health*. London, England: Jessica Kingsley Publishers, 2006.

- Khaldun, Ibn Abdurrahman Muhammad, *Muqaddimah Ibnu Khaldun*, Terj. Thoah, Ahmadi, Jakarta: Pustaka Firdaus., 2000.
- Khaldun, Ibnu *The Muqaddimah: An Introduction to History*, Bollingen Series Princeton: University Press, 1989.
- Khudayri Zaynab Mahmud, and Ahmad Rofi Utsmani. *Filsafat Sejarah Ibn Khaldun*, Bandung: Penerbit Pustaka, 1987.
- Kuncono, Ongky Setio “Pengaruh Etika Confucius Terhadap Kewirausahaan, Kemampuan Usaha dan Kinerja Usaha Pedagang Eceran Etnis Tionghoa di Surabaya” (Disertasi-- Fakultas Filsafat UGM Yogyakarta, 2013).
- Lai , Karyn, *Learning from Chinese philosophies*, England, Hampshire: Ashgate Publishing Ltd., 2006
- Landa, J.T.. The Law and Bioeconomics of Ethnic Cooperation and Conflict in Plural Societies of Southeast Asia: A Theory of Chinese Merchant Success. *Journal of Bioeconomics*, December 1999.
- Lasiyo, *Sari Filsafat Cina Konfusius*, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada Fakultas Filsafat. 1983.
- Leman, *The Best of Cheneselife Philosophies*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Leung, T.K.P. , Y.H. Wong, Terjemah: Ongky Setio Kuncono, *Etika dan Penempatan Guanxi di Cina*, Associate Professor, Departemen Studi Bisnis Hong Kong Polytechnic University, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong, Published on Wednesday, 05 September 2012 dalam <https://www.spocjournal.com/ekonomi/manajemen/90-etika-dan-penempatan-guanxi-di-cina.html>, (19 April 2019).
- Liliweri, Alo, *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar,., 2003.
- Lin N, *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge, New York: Cambridge University Press. 2001.
- Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Communication*, sixth edition, California: Wadsworth Publishing Company, 1999.
- Lohanda, Mona, *The Kapiten Cina of Bataia, 1837-1942: A History of Chinese Establishment in Colonial Society* (Jakarta: Penerbit Djambatan, 1994.
- Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Bandar Lampung, : Fakultas Syariah IAIN Raden Intan, 2012
- Mannan, M. Abdul Islamic Economics: Theory and Practice., Delhi.Sh: M. Ashraf, 1970.
- Mauludi, Sahrul *Konfusius: Inspirasi dan Pencerahan Untuk Hidup lebih Bermakna*, Jakarta :PT Alex Media Komputindo, 2016.
- Mawardi, M. *Peranan sosial Capital dalam Pembangunan Masyarakat*, Bandung: *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol 3. No. 2 Juni 2007.
- Ming, Tu wei *Etika Konfusianisme*, Jakarta: Teraju, 2005.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Mugniyah, Muhammad Jawwad, *At-Tafsir al-Kasysyaf*, Vol. 3, Beirut: Dar al-Fikr, 1968,
- Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE,., 2004.

- Mulyana Yana, *Rahasia Bisnis Besar Impor Produk China untung hingga 1000%*, Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2018
- Mundayat, Aris Arif, *Etnisitas dan Jaringan Bisnis*, Yogyakarta: UGM., 2007.
- Musselman, A, Vernondan Jhon H. Jackson.. *Introduction to Modern Business*. Diterjemahkan Kusma Wiryadisastra. Jakarta: Erlangga. 1992.
- Naqvi, Syed nawab Heidar *Indonesia Trade and Society: Essays in Asian Social and Economic History*, (Bandung: an Hoeve Ltd-the Haque, 1995.
- Narayan, Deepa and Michael F. Cassidy, *A Dimensional Approach To Measuring Social Capital: Development And Validation Of A Social Capital Inventory* Current Sociology, Vol.49 (2): SAGE Publications (London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, March 2001.
- Narbuko, Colid dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Narwoko, J. dan Bambang Suyanto, *Sosiologi teks: Pengantar dan Terapan* Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Nawawi, Ismail, *Pembangunan Dalam Perspektif Islam, Kajian Ekonomi dan Sosial Budaya*. Surabaya: Putra Media Nusantara, 2009.
- North, D. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, New York, Cambridge University Press 1990). Olson, M. 1982. *The Rise and Decline of Nations: Economics Growth, Stagflation, and Social Rigidities*, New Haven, Yale University Press. 1990.
- Nugroho, Wiwid Aditya, Perilaku Bisnis Islami Tao Zhu Gong :Sebuah Pembelajaran, 'Ibrah. *Falah Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No.1, Februari 2016,
- Nyoto, "Kajian Budaya Konfusianisme Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT Bengkalis Kuda Laut, PT Triperkasa Tunggal Abadi, dan PT Persada Subur Makmur Di Pekanbaru)". (Disertasi-- Universitas Pasundan, 2017).
- Ongky Setio Kuncono, *Pengaruh Etika Confucius Terhadap Kewirausahaan, Kemampuan Usaha dan Kinerja Usaha Pedagang Eceran Etnis Tionghoa di Surabaya*, Disertasi, Published on Disertasi: Fakultas Filsafat UGM Jogjakarta, 2013.
- Pakpahan, Sorta, Riana, , *Etika Bisnis Konfusian dan Kesuksesan Pengelolaan Perusahaan Etnis Cina di Indonesia* (studi kasus perusahaan kecap bango), Universitas Indonesia : Jakarta. 2008.
- Pelly, Uman, *Pola ideal Integrasi Tionghoa*, buku I, Medan: Casa Mesra Publisher, 2015.
- Perdana, Fata "Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Peningkatan Kualitas Pengelolaan Ekowisata Di Kabupaten Wakatobi", (Disertasi— Universitas Gajah Mada, 2017), Lihat di: <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/154314>
- Porter, A., *Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology*. Annual Review of Sociology Vol 24 No 1, 1998.
- Pranadji, Tri "Penguatan Modal Sosial Untuk Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Dalam Pengelolaan Agroekosistem Lahan Kering", *Jurnal Agro Ekonomi*, Volume 24 No.2, (Oktober 2006).
- Pribadi, Moh. *Pemikiran Sosiologi Islam Ibn Khaldun*, Yogyakarta: Suka-Press. 2014.

- Putnam, R, *Making Democracy Work: Civic Tradition In Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1993.
- Putnam, R, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press, 1993
- Putnam, R.D., Leonardi R., Raffaella Y. N.. *Social Capital and Institutional Success. In Elinor Ostrom and Foundation of Social Capital*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.1993
- Putnam, RD, *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*, dalam Journal of Democracy, Vol.6, No.1, 1995, 65-78.
- Putnam, Robert, Robert Leonardi, Raffaella Nanetti, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*.Princeton, N.J.: Princeton University Press.1995.
- Rabie, Muhammad Mahmud, *The Political Theory of Ibnu Khaldun*, Leiden: E. J. Brill, 1967.
- Rainey, Lee *Confucius and Confucianism: The Essential*, Chichester: John Wiley and Sons, 2010
- Redding, S.G.. *The Spirit of Chinese Capitalism*. New York: Walter de Gruyter, 1993.
- Ritzer, George *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Robert W. Hefner, *Market Cultures: Society and Morality in the New Asian Capitalism (introduction)*. Oxford: Westview Press. 1998
- Routledge, Bryan R, and Joachim von Amsberg.. "Social capital and growth." *Journal of Monetary Economics* 50: 2003.
- Rydell, A.M., dkk. *Measurement of two social competence Aspet in Middle Childhood, Journal of Development Psychology*, 33, (5),1997.
- Sasono, *Muslim Tionghoa di Yogyakarta*, Yogyakarta: Mata Bangsa, 2017.
- Scarborough, Jack. "Comparing Chinese and Western Cultural Roots: Why East is East and....," in *Business Horizons* Vol.4. JAI Press Inc. 1998.
- Seloer, Tomas W. *Hsieh liang-tso and Analects of Confucius: human Learning as a Religious Quest.*, Cambridge University Press. 2005
- Seng, Ann Wang *Rahasia Bisnis Orang Cina* , Jakarta:Hikmah, 2007
- Setiawan, Effendi, *Tionghoa Medan: Komunitas Paling Kontroversial di Indonesia*, Jakarta:PT Buku Pintar Indonesia, 2018.
- Sobary, Mohamad, *Kesehatan dan Perilaku Ekonomi*, Jakarta: Bentang Budaya, 1995.
- Spradley, James P, *Metode Etnografi*, Yogyakarta:Wacana, 1997.
- Stephanie, K. Marrus. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press 2002.
- Sudrajat, Ajat, Tesis Weber dan Islam di Indonesia, *Cakrawala Pendidikan* nomor 1, Tahun XI, Februari 1992.
- Sukidin, *Sosiologi Ekonomi*, Yogyakarta: Laksbank Pressindo, 2008.
- Sulasman dan Rusmana, Dadan,. *Filsafat Sosial Budaya di Dunia Islam*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.
- Suprayoga, Imam dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Surya Putra, Raden Ahmad Romadhoni, Bambang Ariyadi, Novita Kurniawati, dan Fransiskus Trisakti Haryadi, "The Influence Of Social Capital On

- Farm Household's Welfare: Case Study on Ngudi Mulyo Native Chicken Farmer's Group in Gunung Kidul", *Buletin Peternakan* Vol. 41 (3), (Agustus 2017).
- Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Suryadinata, Leo *Eminent Indonesian Chinese : Biographical Sketches*. Singapura (edisi revisi). *Kebudayaan Minoritas Tionghoa di Indonesia*. Jakarta: Grarnedia dan (1997).
- Suryadinata, Leo *Ethnic Chinese in Shoutheast Asia* dalam (ed) *Overseas Chinese, Chinese overseas or Souteast Asian*, Singapore: Institute of Southeast Asia Studies, 1997. , (1971a).
- , 1974. *Confucianism in Indonesia: Past and Present*, in *The Chinese Minority in Indonesia: Seven Papers*. Leo Suryadinata (Ed). 1978.
- , Negara dan Minoritas Tionghoa di Indonesia, *Wacana*, Vol. 1. No.2. Oktober 1999
- , *Peranakan Chinese Politics in Java, 1917-1942*. Singapura: Singapore University Press [edisi kedua] , 1981,
- , *Pre War Indonesian Nationalism and Peranakan Chinese*," *Indonesia*, No, 11, April. (1978), *Pribunii Indonesians, the Chinese Minority and China: The Study of Perceptions and Policies*. Kuala Lumpur: I-Ieinemann Asia. (1981a),
- , *The Culture of the Chinese Minority in Indonesia*. Singapura: Times Editions, dan *Wacana*, Vol. 1 No. 2 (Oktober 1999).
- Suryono, Agus "Peranan Dan Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Pengembangan Klaster: Studi Pada Klaster Cor Logam Ceper-Klaten Jawa Tengah" (Disertasi – Univesitas Kristen Setya Wacana, 2012).
- Susanto, A.B, Patricia Susanto, *The Dragon Network: Inside Stories of the Most Sucsessful Chinese Family Businesses*, Singapore: Bloomberg Press, 2013.
- Suyanto, Bagong *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsidi Era Masyarakat Post Modernisme*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Syahra,Rusydi "Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi", *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, Volume 5 No. 1 (2003).
- Syam, Nur, *Jejak Politik Lokal Kaum Tarekat*, Surabaya: Jenggala Pustaka Utama, 2020.
- Syam,Nur, *Islam Pesisir*, Yogyakarta: LKi S, 2005.
- Syarifuddin, Jurdi,. *Sosiologi Nusantara: Memahami Sosiologi Integralistik*. Yogyakarta:Kencana. 2013.
- Sztompka, Piotr, *Trust: A Sociological Theory*, UK Gambridge: Uniersity Press, 2003.
- Tjoe, Thomas Liem, *Rahasia Sukes Bisnis Etnis Tionghoa di Indonesia*, Jogjakarta: MedPres, 2007.
- Verhezen, Peter. From a culture of gift exchange to a culture of exchanging gifts, *Jurnal Antropologi*, Jakarta, University of Indonesia, November 2003.
- Water, Malcolm, *Modern Sosiological Theory*, London: Sage Publications, 1994.
- Weber, Max, *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism*, New York: Charles Schriber and Son, 1958.

